

CONVENI D'ADSCRIPCIÓ I COL·LABORACIÓ ENTRE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA I LA FUNDACIÓ ESCODI (ESCOLA SUPERIOR DE COMERÇ I DISTRIBUCIÓ)

REUNITS

D'una part el senyor Dídac Ramírez Sarrió, rector de la Universitat de Barcelona, UB, que actua en nom i representació d'aquesta universitat, en virtut del nomenament fet pel Decret 160/2012, d'11 de desembre (DOGC 6272, de 12-12-2012)

I de l'altra, el senyor Felip Puig Godes, Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, en la seva condició de president del patronat de la Fundació ESCODI, Escola Superior de Comerç i Distribució, amb domicili al Vapor Universitari de Terrassa, carrer Colom, número 114, 08222- Terrassa (Barcelona) que actua en nom i representació d'aquesta entitat, d'acord al que estableixen els estatuts de l'esmentada fundació.

EXPOSEN

Que la UB és una institució de dret públic dedicada a la prestació del servei públic d'educació, investigació i transferència del coneixement, mitjançant la docència, la recerca i l'estudi.

Que ESCODI, és una entitat del sector públic i sense ànim de lucre, sota la forma jurídica de Fundació benèfica de caracter docent. L'activitat principal de l'ESCODI és la docència especialitzada en temes de comerç, i distribució en qualsevol de les seves formes i modalitats i, en especial, la formació de rang universitari, tot i que pot realitzar també altres activitats complementàries de divulgació, estudis, recerca científica, transferència de coneixement etc. Tot això, amb l'objecte de promoure els interessos generals del sector del comerç i la distribució, i de contribuir al desenvolupament econòmic i social.

"Que l'article 11 de la Llei Orgànica 6/2001, de 21 de desembre, d'Universitats, modificada per la Llei Orgànica 4/2007, de 12 d'abril, així com la Llei 1/2003, de 19 de febrer, d'universitats de Catalunya, preveuen que les universitats públiques puguin adscriure, mitjançant conveni, centres docents de titularitat pública o privada per impartir estudis conduents a l'obtenció de títol de caràcter oficial i validesa en tot el territori nacional, a proposta del consell de govern de la universitat, amb l'informe favorable del consell social"

Que és voluntat d'ambdues parts que l'Escola Superior de Comerç i Distribució, ESCODI, quedi adscrita com a centre docent a la UB als efectes de poder impartir els estudis conduents a l'obtenció del títol Grau en Comerç i Distribució.

Que d'acord amb tot el que s'ha exposat i el preveu el Decret 390/1996, de 2 de desembre, de regularització del règim d'adscripció a universitats públiques de centres docents d'ensenyament superior, ambdues parts subscriu aquest conveni d'adscripció i col·laboració acadèmica que es regeix per les següents

CLAÚSULES

Primera. Objecte del conveni

L'objecte d'aquest conveni és l'adscripció d'ESCODI a la UB, als efectes d'impartir el títol de Grau en Comerç i Distribució, i establir la col·laboració i les condicions específiques en què es desenvolupa aquesta adscripció i sota les quals s'imparteix aquest ensenyament, sempre que s'aprovi d'acord amb les condicions legalment previstes.

A l'empara del que preveu la normativa vigent, l'ESCODI pot proposar a la UB la impartició d'altres ensenyaments oficials i propis.

Segona. Règim jurídic

Com a centre d'ensenyament superior adscrit a la UB, l'ESCODI es regeix per la Llei orgànica 6/2001, de 21 de desembre, d'universitats, modificada per la Llei orgànica 4/2007, de 12 de d'abril; per la Llei 1/2003, de 19 de febrer, d'universitats de Catalunya; pel Decret 390/1996, de 2 de desembre, de regulació del règim d'adscripció a universitats públiques de centres docents d'ensenyament superior; pel decret 76/2007, de 27 de març pel qual es crea i regula el Registre de Centres i Estudis Universitaris de Catalunya; per l'Estatut de la Universitat de Barcelona aprovat pel Decret 246/2003, de 8 d'octubre, i per les normatives de la UB i per aquest conveni.

Tercera. Òrgans de govern del centre

El centre ESCODI ha de disposar d'un reglament d'organització i funcionament que ha d'elaborar el seu titular –en aquest cas la Fundació ESCODI–, que l'òrgan de govern del centre ha d'aprovar i del qual la UB ha d'informar favorablement.

En qualsevol cas ESCODI ha de disposar com a mínim, dels òrgans de govern següents:

- a. Director del centre
- b. Junta de Centre, com a òrgan col·legiat de govern de l'escola adscrita
- c. Responsable acadèmic per a cadascun dels ensenyaments oficials que s'imparteixin, equivalent als caps d'estudis de la UB quan a les funcions.

Els membres de la Junta de Centre seran designats per ESCODI en la forma que determinin les seves normes d'organització, que hauran de garantir un 20% de representació de la UB, entre la qual hi haurà el delegat de la UB a ESCODI

El director de l'ESCODI, a qui correspon la gestió ordinària i l'administració del centre, ha de tenir la mateixa titulació que el director d'un centre universitari homòleg, i el nomena el rector de la UB a proposta de l'ESCODI. En l'actualitat la direcció del centre recau en la directora-gerent de la Fundació ESCODI, però s'enten que en el futur poder ser figures separades, i en tal cas el director del centre, dependria jeràrquicament de la gerència de la Fundació.

Quarta. El delegat de la UB

El delegat de la UB a l'ESCODI el nomena el rector d'entre el professorat doctor amb vinculació permanent a la UB, i esdevé membre nat de l'òrgan de govern del centre.

El delegat exerceix les funcions al centre per delegació del rector i la seva missió principal és garantir l'adequació de l'activitat acadèmica i docent del centre a la normativa vigent i als índexs de la qualitat de la UB, així com mantenir la relació permanent entre l'ESCODI i la UB, que es vehicula de manera ordinària a través del vicerectorat responsable dels centres adscrits.

En l'exercici d'aquestes funcions, correspon al delegat:

- a. Verificar l'aplicació dels criteris d'accés i d'admissió dels estudiants a l'ensenyament del Grau en Comerç i Distribució
- b. Participar en els procediments de selecció del personal docent.
- c. Emetre un informe anual sobre tasques docents del centre. Aquest informe es presenta al departament competent de la Generalitat de Catalunya en matèria d'universitats amb el vist i plau del rector de la UB.
- d. Emetre un informe sobre memòria d'activitats anuals del centre.
- e. Visar les actes de qualificacions de les assignatures del pla d'estudis i signar les certificacions acadèmiques.
- f. Totes les altres funcions que expressament li atribueixin la normativa vigent, l'Estatut de la UB i el reglament del centre.

Cinquena. El pla d'estudis i els estudiants

El centre organitza els estudis conduents al títol de Grau en Comerç i Distribució d'acord amb les directrius i normatives pròpies de la UB i el pla d'estudis aprovat pel Consell de Govern de la UB, i ha de seguir els procés de verificació i autorització que determina la normativa vigent.

El nombre de places de nou accés l'aproven els òrgans competents de la UB dins la seva programació universitària.

El centre s'ha d'ajustar a la normativa vigent general, i a la normativa específica de la UB en matèria d'accés, avaluació, permanència i drets i deures dels estudiants.

Com a contrapartida al pagament de la taxa per serveis específics i de suport a l'aprenentatge, els estudiants han de tenir dret a accedir als recursos bibliogràfics i documentals de la UB (ordinadors, préstec bibliotecari i préstec interbibliotecari). Aquesta taxa no dóna dret a l'accés remot.

Sisena. EL professorat i altre personal.

Correspon a la Junta de Centre aprovar la selecció i contractació del professorat a proposta de la Direcció d'ESCODI i amb el vistiplau del Delegat de la UB.

ESCODI ha de garantir que el professorat contractat disposa de la titulació i els requeriments que exigeix la legislació vigent i, llevat que el delegat del rector es manifesti en sentit contrari, es considera que qui superi el procés de selecció corresponent, té atorgada l'autorització del rector (*venia docendi*) per impartir docència al centre.

Les condicions laborals del professorat i altre personal del centre es regeixen pel que determini l'ESCODI i no suposa cap tipus de vinculació laboral amb la UB.

El professorat del centre adscrit podrà sol·licitar l'accés als recursos digitals del CRAI sempre que hagi obtingut la *venia docendi*. Per obtenir aquest accés, les persones interessades han de fer la sol·licitud corresponent i comprometre's a fer un bon ús dels recursos. El delegat del rector trameta les sol·licituds dels professors (sempre que hagin obtingut la *venia docendi*) al vicerector responsable dels centres adscrits per tal que gestioni les peticions a través del Comissionat per Sistemes d'Informació i Documentació.

D'altra banda, el professorat amb *venia docendi* també pot fer ús de l'aplicació Currícula de la UB. Per fer-ho ha de fer la sol·licitud corresponent d'acord amb el procediment general establert.

Setena. Mecanismes de supervisió docent

El delegat del rector al centre és l'encarregat de supervisar la docència impartida. Per exercir aquesta funció, el centre li ha de facilitar tota la informació que sigui necessària.

El delegat ha d'elaborar un informe anual amb les tasques docents del centre i emetre un informe específic sobre la memòria anual d'activitats que ha d'elaborar del centre.

D'acord amb els processos i el sistema de qualitat propi de la UB, el centre ha de participar en els processos d'avaluació de la qualitat establerts en el sistema universitari.

Vuitena. Mecanismes de coordinació

La gestió administrativa dels expedients dels estudiants es duu a terme al centre, que custodia les actes de qualificació que signen el professor responsable de l'assignatura i el delegat de la UB.

El títol del Grau en Comerç i Distribució l'expedeix la UB, prèvia sol·licitud de l'estudiant al centre, que l'ha de tramitar a la unitat administrativa de la UB que correspongui.

El centre pot sol·licitar formar part de la xarxa de biblioteques de la UB seguint els procediments i les directrius propis de la UB.

El centre pot establir convenis de col·laboració amb altres entitats per tal d'impartir docència sempre que tingui la autorització del vicerector responsable dels centres adscrits.

El centre pot establir convenis de col·laboració amb altres entitats per la recerca i transferència. Quan es facin aquests acords, el centre ho ha de comunicar al vicerectorat responsable dels centres adscrits.

L'adscripció del centre a la UB s'ha de fer constar en tota la documentació, textos i anuncis del centre, que pot fer ús del logotip de la UB per a tot el que estableix en aquest conveni.

Ambdues parts declarem complir el que s'estableix en la normativa de protecció de dades de caràcter personal i ens comprometem a adoptar les mesures de caràcter tècnic i organitzatiu que esdevinguin necessàries per garantir la seguretat de les dades i evitar-ne l'alteració, la pèrdua, el tractament o l'accés no autoritzat.

Novena. El règim econòmic

La Direcció d'ESCODI elaborarà anualment un pressupost equilibrat en els seus ingressos i despeses, que s'ha de trametre a la Gerència de la UB per a què el revisi, i serà sotmès al pertinent procés d'aprovació pels òrgans de govern d'ESCODI.

Aquest pressupost preveurà necessàriament una partida suficient per abonar a la UB el percentatge dels preus per crèdit que anualment determina el Decret de la Generalitat de Catalunya pel qual es fixen els preus dels serveis acadèmics a les universitats públiques de Catalunya.

Per la resta de conceptes que calgui abonar com ara expedició de títols, despeses de matrícula, entre d'altres, el centre ha d'abonar el 100% del preu que s'estableixi en el Decret esmentat.

La liquidació dels conceptes anteriors a favor de la UB s'ha de dur a terme abans de finalitzar cada curs acadèmic i d'acord amb els procediments i terminis establerts per la UB. Aquesta liquidació s'ha de presentar a la Gerència de la UB perquè la validi.

En el supòsit que professorat de la UB amb dedicació a temps complet imparteixi docència en el centre adscrit, l'ESCODI ha d'abonar mensualment a la UB l'import corresponent a la docència impartida als efectes de compensar aquestes activitats. L'import es determina d'acord amb el cost total del contracte o nomenament del professorat participant i les hores de docència assignades al centre.

Pel que fa a les titulacions no oficials, ESCODI abonarà a la UB un percentatge sobre el preu de la matrícula, que es determinarà entre les parts per a cada títol proposat, tenint en compte els criteris generals utilitzats per aquest tipus de titulacions.

Per tal de poder fer ús dels serveis de suport a la docència i a la recerca, ESCODI abonarà a la UB la quantitat econòmica que s'acordi entre les parts, tot aplicant la normativa vigent.

Desena. Vigència i modificació del conveni

La durada d'aquest conveni d'adscripció i la col.laboració és de cinc anys a comptar des de la seva signatura i renovable pel mateix període de temps de manera tàcita si o es denuncia per escrit per qualsevol de les dues parts, amb una antelació mínima de dotze mesos.

L'incompliment del que s'estableix en aquest conveni així com les causes que assenyalí la legislació vigent són causa de desadscripció del centre i, en conseqüència, d'extinció del conveni.

En tot cas, independentment de la causa d'extinció, les parts han d'assegurar i garantir els drets dels estudiants a finalitzar els estudis iniciats al centre i en les condicions acordades inicialment.

Onzena. Clàusula suspensiva

L'efectivitat d'aquest conveni queda condicionada a l'aprovació, autorització i implantació dels estudis de Grau en Comerç i Distribució.

I en prova de conformitat, les parts signen aquest conveni en dos exemplars en el lloc i en la data esmentats més avall.

Barcelona 4 de febrer de 2015

Per la Universitat de Barcelona

Per l'Escola Superior de Comerç i Distribució



ESCOLA
SUPERIOR de
COMERÇ i
DISTRIBUCIÓ

MEMÒRIA
per a l'ADSCRIPCIÓ d'ESCODI a la UB
com a CENTRE DOCENT
d'ENSENYAMENT SUPERIOR



INDEX

1.- Introducció: Visió global d'ESCODI i els seus objectius	Pàg. 3
2.- Acreditació personalitat del titular del centre sol·licitant adscripció.....	Pàg. 7
3.- Justificació del títol de Grau en Comerç i Distribució.....	Pàg. 9
4.- Pla d'Estudis dels ensenyaments de grau	Pàg. 27
5.- Calendari implantació completa dels ensenyaments.....	Pàg. 29
6.- Professorat	
6.1. Personal acadèmic.....	Pàg. 31
6.2. Altre Personal docent.....	Pàg. 34
7.- Personal d'administració i serveis.....	Pàg. 35
8.- Estudi econòmic del cost de l'adscripció i la implantació de la titulació...	Pàg. 36
8.1. Criteris de confecció del pressupost.....	Pàg. 37
9.- Emplaçament del centre, edificis i instal.lacions existents.....	Pàg. 39
10.- Organització i funcionament del centre docent:	
10.1.- Proposta de Reglament del Centre ESCODI.....	Pàg. 44
11.- Compromís manteniment centre adscrit en funcionament.....	Pàg. 57
12.- Estructura per al desenvolupament de la recerca.....	Pàg. 58

ANNEXES:

Annex 1: Constitució d'ESCODI (Carta Fundacional).

Annex 2: Estatuts Fundació ESCODI.

Annex 3: Acreditació titularitat del centre.(Part de la Carta Fundacional on es recull aquest dret.)

Annex 4: Plànols d'emplaçaments i superfícies, usos i capacitats.

Annex 5: Llicència d'activitats.

Annex 6: Detall del pressupost d'implantació del Grau, per cursos.

NOTA ACLARATÒRIA:

Alguns apartats de la memòria d'adscripció es presenten redactats en castellà perquè han estat extrets directament de la memòria de creació del títol de Grau en Comerç i Distribució que s'ha estat elaborant i entrant en l'aplicació del "Ministerio de Educación Cultura y Deporte", en paral·lel a aquest document, sota les directrius de la la Comissió Impulsora de la present titulació, que presideix la Facultat d'Economia i Empresa de la UB.

1. INTRODUCCIÓ: Visió global d'ESCODI i els seus objectius

ESCODI, Escola Superior de Comerç i Distribució, és una Fundació dedicada a la **formació per al sector del comerç**. La seva missió és la de –a través de la formació– incrementar la **capacitat tècnica i d'innovació** de les empreses de comerç, amb l'objectiu d'afavorir la seva **competitivitat, expansió i successió generacional**; tot això amb una clara aposta per la **formació universitària i la transferència de coneixement** al sector com a principals mesures estructurals a mig i llarg termini.

La Fundació ESCODI es va crear l'any 2000 per iniciativa de l'Ajuntament de Terrassa, el Departament de Comerç de la Generalitat de Catalunya, i la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa. Els seus estatuts contempnen la possibilitat d'incorporar nous patrons i en especial la o les universitats que reconeguin ensenyaments impartits per ESCODI. Actualment el Patronat de la Fundació està presidit pel Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat, i la seva composició es detalla a la pàgina 7 d'aquesta memòria.

Al 2007, ESCODI va esdevenir escola universitària vinculada a la UAB, en impartir el títol propi "Graduat en Direcció de Comerç i Distribució". Aquest títol propi ha rebut una molt bona acollida per part del sector, tant pel recolzament rebut, el reconeixement de la necessitat i el grau d'ocupabilitat que mes endavant s'explica.

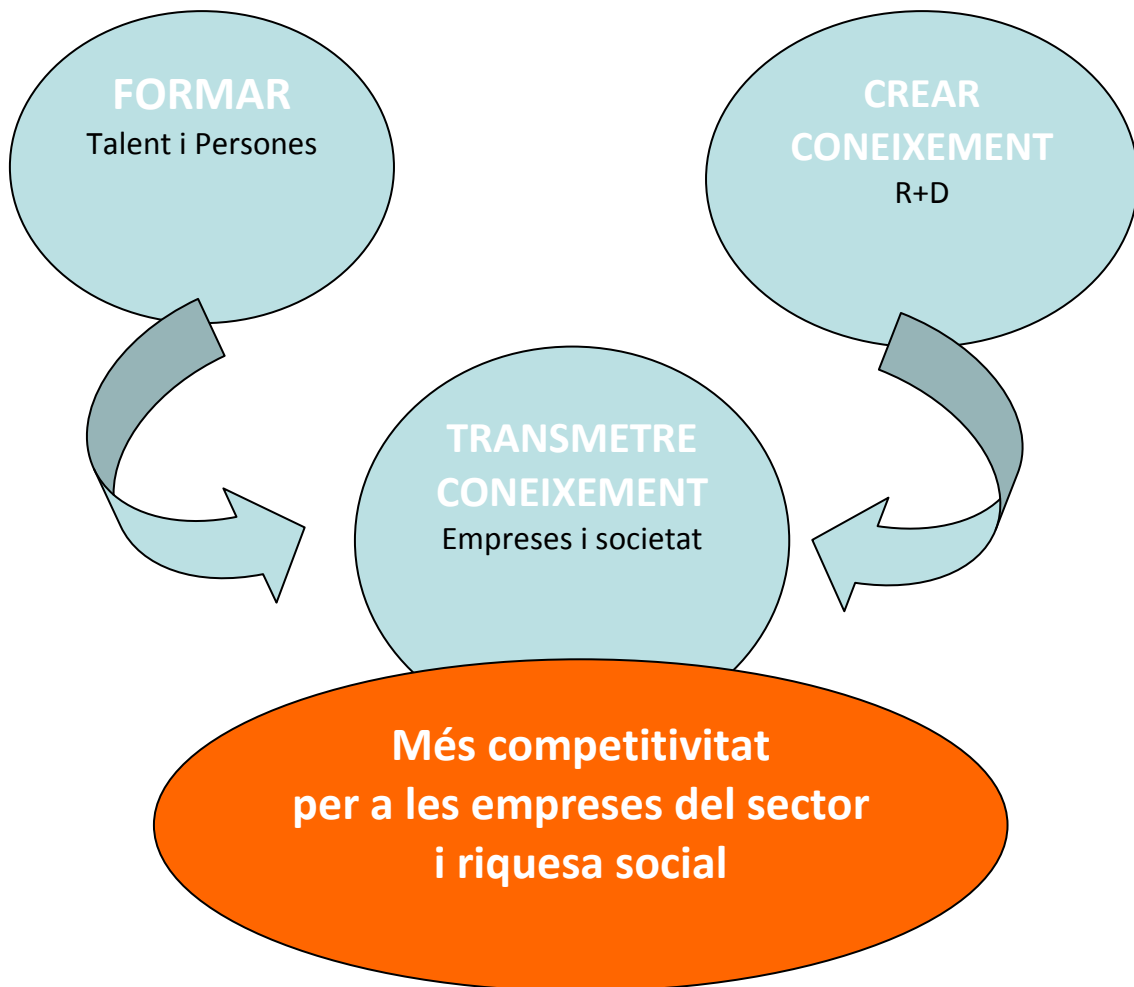
Per això **ESCODI sol·licita l'adscripció a la UB** –com universitat puntera, que inclou en la seva política l'adscripció de centres especialitzats– per a impartir ensenyaments oficials de Grau en Comerç i Distribució, titulació que no imparteix cap centre propi o adscrit actualment a la UB, ni cap altra universitat catalana. Aquest grau en Comerç i Distribució permetrà ampliar i complementar l'oferta docent preexistent a la UB, i **extingirà** el títol propi de la UAB, i amb ell, també la vinculació d'ESCODI amb la UAB.

ESCODI reuneix els criteris d'adscripció establerts per la UB segons la Normativa d'adscripció de centres docents d'ensenyament superior (desembre 2013):

- a) Es tracta d'una Fundació pública regida pel dret privat segons el que defineix la llei 4/2008 de fundacions, i constituïda essencialment per impartir formació universitària.
- b) Es tracta d'un centre de prestigi i qualitat reconeguda al sector del comerç.
- c) Es garanteix la solvència econòmica del centre i els recursos necessaris per impartir adequadament l'oferta acadèmica prevista.

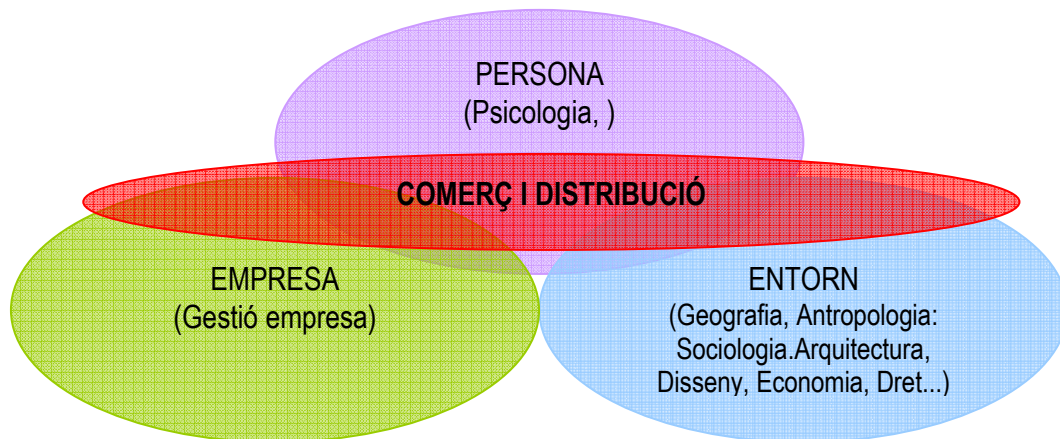
La visió d'ESCODI es la de poder establir un vincle estable amb la UB que permeti materialitzar el següent esquema:

El paper d'ESCODI + Universitat de Barcelona:



Tal com es deia anteriorment, ESCODI es va crear amb la visió i el repte d'impulsar formació universitària per al sector del comerç i esdevenir l'escola de negocis de referència per aquest sector a nivell de Catalunya i Espanya. Com a primer pas d'aquest camí, al llarg de 14 anys ESCODI ha impartit formació per a més de 25.000 comerciants i empleats del comerç pertanyents a més de 300 municipis de Catalunya i alguns de fora (Andorra, Illes Balears, i diverses poblacions del nord d'Espanya). El 2007 va posar en marxa el títol propi "Graduat en Direcció de Comerç i Distribució", una titulació universitària pionera a Catalunya i al conjunt de l'Estat Espanyol. També ha impulsat programes d'especialització amb reconeixement universitari, adreçats a empresaris i comandaments intermedis del sector del comerç, que necessiten enfortir les seves capacitats tècniques de gestió, estratègia i innovació.

Però el sector del comerç, la distribució organitzada (el que en les revistes internacionals referenciades a nivell de recerca es denomina “Retail”) és una intersecció de diferents camps del saber, segons el que es recull a la següent figura:



Comerç i Distribució: una intersecció que genera un nou camp de coneixement

La creixent sofisticació del món del comerç i la distribució fa necessària la incorporació de professionals amb formació superior i coneixements molt específics del sector, per ocupar llocs de responsabilitat. Aquesta creixent complexitat, sofisticació i la globalització de l'economia obren les portes a futures activitats científiques i de recerca aplicada al comerç o retail. A més, ofereix per primera vegada als joves amb talent i passió pel comerç la possibilitat d'una trajectòria professional ambiciosa en aquest sector.

D'aquí que ESCODI tingui un altíssim interès en l'adscripció a la UB, tant per impartir estudis universitaris homologats, com per desenvolupar conjuntament, en el futur, línies i activitats de recerca aplicada al sector del comerç que impliquin les diferents àrees de coneixement.

Model de col·laboració universitària proposat:

La proposta d'ESCODI es convertir-se en **escola adscrita** a la UB, de manera que sigui aquesta universitat qui doni reconeixement al títol de grau i als futurs programes que es poden desenvolupar. Així mateix, ESCODI aspira a tenir un soci **universitari interessat en desplegar activitat de recerca** aplicada al sector del comerç. D'aquesta manera ESCODI aporta el coneixement del sector i la UB el coneixement científic de les diferents branques del saber.

-Per què és important per ESCODI passar de tenir un títol propi a tenir un Grau oficial?:

Hem constatat que al nostre país, a l'hora d'accedir a estudis de grau, es prioritza el fet de ser oficial, tant per part de l'alumne com de les famílies i tutors acadèmics. En les tres darreres campanyes de matriculació hem identificat casos concrets de joves que volien estudiar direcció de comerç i distribució i els pares o els tutors els hi ha desaconsellat en veure que no era un títol oficial. Això està perjudicant el creixement de la xifra d'alumnes matriculats, quan existeix una demanda empresarial i una oferta de sortides professionals molt bona.

El reconeixement com a títol oficial consolidaria:

- **la tendència a l'increment de matrícula** d'aquesta titulació, incrementant els ingressos per taxes universitàries;
- **atracció d'estudiants nacionals i internacionals, que podrien accedir a les beques de mobilitat.**

Per concloure, considerem que la incorporació d'aquesta titulació a l'oferta actual de titulacions de la Universitat de Barcelona és una oportunitat per:

-Reforçar l'oferta de titulacions en un punt en el que hi ha un buit, incloent un camp de coneixement innovador al nostre país, posicionant-la com a referent a nivell nacional.

-Incrementar la demanda, ja que el perfil d'estudiant que decideix accedir a estudis de Comerç té trets diferencials respecte al perfil d'altres titulacions afins (ADE, Turisme, etc.). A més, contribuiria a fidelitzar estudiants a la Universitat de Barcelona, ja que obre un nou circuit d'estudiants que en el futur poden estar interessats en continuar la seva formació dins la mateixa universitat; i alhora donar sortida a estudiants d'altres titulacions de la UB, especialment de la facultat d'Economia i Empresa, que vulguin especialitzar-se en el sector del Comerç.

2. ACREDITACIÓ PERSONALITAT DEL TITULAR DEL CENTRE SOL·LICITANT ADSCRIPCIÓ

El titular del Centre Escola superior de Comerç i Distribució, ESCODI és la pròpia Fundació ESCODI, constituïda el desembre de l'any 2000 segons carta Fundacional i Estatuts que s'adjunten a la present Memòria. Tal com estableix la Normativa per a l'adscripció de centres docents d'ensenyament superior a la UB, la **Fundació ESCODI està procedint actualment a tramitar en els seus òrgans de govern (Comitè Executiu i Patronat de la Fundació) l'aprovació d'un reglament de centre per l'escola universitària ESCODI**. Aquest tema ja va rebre el vistiplau del Comitè Executiu de la Fundació del passat dia 27 de novembre de 2014, i serà elevat al Patronat de la Fundació, del dia 10 de desembre de 2014.

El Patronat de la Fundació ESCODI, actualment està compost de la següent manera:

PRESIDENT

- Hble. Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

VICE-PRESIDENTS

- Il·lm. Alcalde de Terrassa.

- President de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa.

VOCALS

Per l'Ajuntament de Terrassa

- Tinent d'alcalde de l'Àrea de Promoció Econòmica i Innovació

- Regidor Universitats i Projecció de la Ciutat.

Per la Generalitat de Catalunya

- Director General de Comerç.

- Gerent del Consorci de Comerç, Artesania i Moda, CCAM.

Per la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa

- Director Gerent de la Cambra.

- President de la Comissió de Comerç i Turisme de la Cambra

Per "la Caixa"

Directora de Relacions amb les Universitats Catalanes de "La Caixa".

A la reunió del 10 de desembre de 2014, La Caixa causarà baixa del Patronat (en tràmit l'elevació a públic de l'acord) i passarà a ser simplement empresa patrocinadora del fons de beques i partner d'ESCODI.

Per la Universitat

Mgnf. Rector de la Universitat Autònoma de Barcelona. (UAB)

La UAB causarà baixa amb l'extinció del títol propi. I la UB es podrà integrar al Patronat quan s'aprovi l'adscripció.

SECRETARI

Tinent d'alcalde de l'Àrea de Promoció Econòmica i Innovació de l'Ajuntament de Terrassa.

Com a òrgan més executiu i de gestió, el **Comitè Executiu** de la Fundació ESCODI està compost com segueix:

- **President :**

- Director General de Comerç de la Generalitat.

- **Vocals:**

Per l'Ajuntament de Terrassa:

- Tinent d'Alcalde de Promoció Econòmica i Innovació.

Per la Generalitat de Catalunya:

- Gerent del Consorci de Comerç, Artesania i Moda.

Per la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa:

- Director – Gerent de la Cambra.

- **Secretari:**

- Directora Gerent de l'ESCODI.

2.1. Documents constitució ESCODI

S'adjunta com ANNEX 1 la Carta Fundacional d'ESCODI

2.2. Estatuts ESCODI

S'adjunten com ANNEX 2 els Estatuts de la Fundació ESCODI

3. JUSTIFICACIÓ DEL TÍTOL DE GRAU EN COMERÇ I DISTRIBUCIÓ

Tot seguit s'adjunta l'apartat de "Justificació de la titulació de Grau en Comerç i Distribució", que és una transcripció literal de la que s'ha inclòs a la memòria de creació de la titulació, tal com s'ha entrat en l'aplicació del "Ministerio de Educación Cultura y Deportes". **Per aquesta raó el redactat és en l'idioma castellà.**

JUSTIFICACIÓN

2.1. Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo

La denominación del Grado

El nombre elegido para este Grado ha sido el resultado de un consenso entre los diversos agentes que han participado en la elaboración de esta memoria de justificación de la titulación: Universidad, empresas privadas del sector, organismos e instituciones significativas e incluso los propios alumnos del título propio. La elección del nombre surge como consecuencia de un análisis de las titulaciones que se imparten en nuestro país y otros países (referentes actuales del Grado), del análisis de las necesidades del mercado laboral, de la opinión de los más de 100 empresarios que han sido consultados en todo este proceso y de los criterios establecidos por la propia Universidad de Barcelona.

La Universidad de Barcelona (a partir de ahora UB) imparte ya un Grado en Administración y Dirección de Empresas, con una especialización en Marketing. Un elemento importante en el origen de este grado fue el proceso de integración de la antigua escuela de Altos Estudios Empresariales en la nueva Facultad de Economía y Empresa, una de las más importantes dentro del conjunto de la UB y en la que se inscribe el presente grado. Así mismo, en su día, la propia UB impulsó el Grado de Turismo que se imparte en la escuela adscrita CETT, para la formación de profesionales con las competencias directivas necesarias para ocupar cargos de responsabilidad en las empresas e instituciones turísticas y hoteleras, e innovar en este vasto campo de estudios. En este mismo sentido, se presenta un Grado en Comercio y Distribución con el objetivo de dar respuesta a las necesidades específicas de dichos sectores, lo que hoy se conoce con el término inglés *Retail*. Estas necesidades derivan de los retos que plantean la globalización, la sostenibilidad y la evolución tecnológica, los cuales han tenido un impacto muy notorio en la forma de vivir y consumir de las personas. Estos retos exigen a las empresas de comercio y distribución una capacidad estratégica y de gestión que nada tiene que ver con lo que hasta hace bien poco podía requerirse en el sector. De ahí se desemboca en la necesidad de formar y de captar talento universitario con conocimiento global y específico del sector y sus mecanismos de funcionamiento, tal como se justifica en este apartado 2.1 de la memoria.

El Grado en Comercio y Distribución se diferencia de otros grados –principalmente de los de Administración y Dirección de Empresa– en su carácter transversal, ya que el sector del Comercio, para desarrollar estrategias válidas, requiere de sus directivos conocimientos, habilidades y competencias basados, por lo menos, en tres ámbitos principales: el conocimiento de los mecanismos psicológicos i psicosociales del comportamiento de las personas; el conocimiento y capacidad de análisis del entorno urbano y socioeconómico; y el

conocimiento de habilidades y competencias en la dirección de empresas de comercio, con todas sus características particulares: Unas particularidades como la existencia de figuras específicas de organización empresarial como las franquicias, las centrales de compra o los nuevos centros comerciales, así como la venta a distancia y la electrónica. Particularidades también en los modelos logísticos de aprovisionamiento de las mercancías desde los centros de producción a los establecimientos comerciales; o en los modelos de expansión de las empresas de comercio, que poco tienen que ver con los de una empresa industrial o del sector primario. Así mismo estas estrategias de expansión requieren un conocimiento del territorio y de los modelos de funcionamiento de las ciudades, que son menos relevantes en la dirección de empresas del sector productivo. El comercio, como actividad humana, es objeto de estudio de la Psicología. Su interés se centra, por un lado, en la Psicología del Consumidor y, por otro lado, en la organización y dirección de grupos humanos. La psicología del consumidor es el estudio científico de los hábitos, actitudes, motivos, personalidad, medio ambiente y percepciones en general, que determinan la conducta de compra de un producto. El conocimiento de los consumidores, junto con otra información relevante del mercado, proporciona a los responsables de marketing la información necesaria para diseñar estrategias y políticas que afectarán a la posición de la empresa en el mercado. Más recientemente, el Neuromarketing aplica la neurociencia en el mundo del marketing con el objetivo de ofrecer una interpretación de la conducta de los consumidores. Asimismo, las organizaciones actuales requieren personas comprometidas con los proyectos estratégicos que se quieren llevar a cabo. Su capital humano es un valor capital que, además, cuesta mucho de reemplazar. Es importante que los responsables de dirigir las empresas sean sensibles a las necesidades, motivaciones, expectativas... de las personas que tienen a su cargo. Además, es necesario que tengan las competencias personales necesarias para poder crear equipo y liderar los proyectos empresariales de los que son responsables. Finalmente, en el mundo del comercio y la distribución es imprescindible tener conocimientos y sobre todo habilidades en cuanto a la comunicación, la venta y la negociación.

Las interrelaciones entre la ciudad y el comercio son tan importantes que incluso se ha podido formular la hipótesis de la precedencia de la ciudad a la propia agricultura a causa del intercambio entre cazadores y recolectores. La ciudad como mercado ha adquirido fuerza a lo largo de la historia hasta constituir la base de la articulación regional y la causa de la jerarquía de los centros urbanos. Más aun en la actualidad cuando las actividades productivas han reducido enormemente sus porcentajes en la formación del producto y en la ocupación de la mano de obra, siendo el comercio y los servicios al consumidor, una de la principales rúbricas en la mayor parte de ciudades y sociedades de todo el mundo.

El Grado en Comercio y Distribución es una titulación que ya existe en otros países con el mismo o parecido nombre y contenidos, tal como se detalla en el apartado 2.2. En la Unión Europea, la titulación de *Retail* o conocida también como *Comercio minorista o al detall* se encuentra plenamente consolidada en la oferta universitaria de algunos países, con una trayectoria propia e independiente a otras titulaciones afines de más de 20 años. En España existen ya otras universidades, como las de Valladolid o de Vigo, entre otras, que usan esta misma denominación, aunque con contenidos diversos y no siempre ajustados a las demandas del sector.

El título propuesto recoge las demandas formuladas por las empresas del sector del comercio y la distribución comercial en general. Éstos reclaman desde hace tiempo unos estudios universitarios que estén centrados en un sector de actividad tan importante para la economía de nuestro país y de nuestras ciudades.

El nombre elegido para el título de grado quiere reflejar su **carácter comprensivo**, ya que el objetivo principal es que el estudiante sea capaz de tener una visión global del sector y de los mecanismos de funcionamiento de sus empresas. Deben entender el papel que tiene el comercio desde distintos puntos de vista que se complementan: tendencias de consumo, gestión de empresas o creación de nuevos conceptos comerciales.

Centro en el que se impartirá el Grado

El Grado en Comercio y Distribución se impartirá en la **Escuela Superior de Comercio y Distribución** (a partir de ahora ESCODI)

ESCODI es una Fundación creada en el año 2000 con la visión y la misión de impulsar la formación universitaria para el sector del comercio y mejorar su capacidad técnica y de innovación para favorecer el crecimiento, expansión y sucesión generacional de las empresas de comercio del país. El Patronato de la Fundación está presidido por el Consejero de Empresa y Ocupación de la Generalitat de Cataluña. Forman parte del Patronato, el Ayuntamiento de Terrassa, municipio que acoge ESCODI, la Cámara de Comercio e Industria de Terrassa, "La Caixa", y la Universidad que otorga la titulación.

A lo largo de estos 14 años, ESCODI ha impartido formación a más de 25.000 empresarios y trabajadores del sector en toda España. De éstos, alrededor del 40% son de empresas que poseen varios establecimientos. En 2007, ESCODI pasó a ser escuela vinculada a la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), y comenzó a impartir el Graduado en Dirección de Comercio y Distribución, titulación universitaria pionera en todo el Estado Español, como título propio de dicha universidad. En el momento que la titulación pase a título oficial como Grado en Comercio y Distribución, ESCODI será ya centro adscrito a la UB, que será la Universidad que otorgará el título oficial y el título propio de Graduado en Dirección de Comercio y Distribución se extinguirá.

Experiencia y reconocimiento del centro

En 2007, ESCODI fue pionera en impartir los primeros estudios universitarios especializados en el sector del comercio. El Título propio de Graduado en Dirección de Comercio y Distribución ha sido referente para otras universidades españolas a la hora de elaborar sus memorias de Grado. Con posterioridad, en otras Comunidades Autónomas se han empezado a impartir Grados afines a éste (tal como se especifica en el apartado 2.2 de Referentes externos).

ESCODI ha visto reconocida, tanto por las empresas como por diversas instituciones, su labor como centro generador de conocimiento en Comercio. Ello ha permitido abrir líneas de investigación aplicadas al sector. Además, el reconocimiento por parte de muchas empresas ha permitido que actualmente la entidad tenga un nivel de autofinanciación del 80%, gracias a los ingresos de su actividad docente, de investigación y a las donaciones que las empresas privadas realizan para becas y ayudas al estudio.

En marzo de 2009, ESCODI fue requerida por la Diputación de Pontevedra y la Universidad de Vigo para compartir la entonces reciente experiencia de diseño e implantación del título propio "Graduado en Dirección de Comercio y Distribución". En aquel momento la Universidad de Vigo estaba en el proceso de disolución de su escuela de empresariales y se consideraba como una oportunidad implantar un Grado en Comercio y Distribución. La experiencia de ESCODI les sirvió para constatar la viabilidad y el sentido académico de la idea. Finalmente el

Grado en Comercio de la Universidad de Vigo prosperó, y en su memoria se menciona ESCODI como referente externo. <http://www.farodevigo.es/gran-vigo/2009/04/01/louzan-reclama-grado-comercio-vigo-profesionalizar-sector/312326.html> .

En Octubre de 2013, la experiencia de ESCODI como escuela universitaria de comercio fue motivo para su participación en una de las mesas redondas del IV Seminario Internacional sobre “Ciudad, comercio urbano y consumo” organizado por la Universidad de Nápoles “L’Orientale” en Italia. La experiencia fue muy valorada por parte de los académicos y de los diversos *stakeholders* que participaron en dicho seminario, cuyas actas se encuentran en fase de publicación.

Justificación académica

Dentro del ámbito general de las Ciencias Sociales, el Grado en Comercio y Distribución se sitúa en la intersección entre tres ámbitos académicos y científicos (ver tabla 1). Como se ha señalado, abarcan disciplinas relacionadas con el conocimiento de la PERSONA, entre las que destacan la Psicología del Consumidor, la Antropología del Consumo y la Gestión de Recursos Humanos. Un segundo ámbito es el que está relacionado con el conocimiento del ENTORNO, en el que destacan la Geografía, la Antropología, la Sociología, la Arquitectura y el Urbanismo, el Diseño, la Economía y el Derecho. En tercer lugar, destacan lógicamente las disciplinas que tienen que ver con el conocimiento de la EMPRESA, como el Management y el Marketing... Esta intersección de campos del saber hace de este Grado una titulación comprensiva, que permite al alumno iniciarse en un campo profesional concreto y especializado, con flexibilidad y capacidad de innovación.

Tabla 1. Ámbitos de conocimiento del Grado en Comercio y Distribución

ENTORNO	Conocer y analizar el entorno de la empresa comercial (a nivel antropológico, geográfico, urbano, económico, mercantil, de legislación comercial, del propio mercado)
	Conocer y analizar el establecimiento o punto de venta, utilizando las técnicas y sistemas de venta aplicables (localización urbanística, arquitectura comercial, gestión inmobiliaria del establecimiento comercial, merchandising, promoción en el punto de venta, implantación y distribución del punto de venta, imagen corporativa).
EMPRESA	Planificar y ejecutar la estrategia y organización de la empresa comercial , tanto a nivel individual como de grupos o asociaciones de empresas, (aspectos relacionados con el marketing, concepto de negocio comercial, el diseño de productos y de colecciones, la promoción de la empresa comercial, el asociacionismo, las nuevas tecnologías aplicadas al sector, modelos de calidad, y sistemas de gestión de la empresa comercial ...)
	Conocer los modelos de empresa comercial, de crecimiento y expansión (modelos de empresa de distribución comercial, empresa familiar, centros comerciales, grupos de compra, franquicias, cadenas comerciales, asociaciones sectoriales y territoriales, modelos de

	crecimiento de la empresa comercial)
PERSONA	Conocer y analizar los procesos cognitivos implicados en el comportamiento del consumidor , como individuo y también como integrante de una colectividad, con sus estilos de compra y de consumo
	Conseguir las habilidades directivas necesarias para poder hacer frente a las situaciones concretas con las que habitualmente debe afrontarse una empresa comercial (técnicas de dirección, organización y liderazgo de equipos, gestión de recursos humanos en la empresa comercial, técnicas de venta y negociación).

Fuente: *Elaboración propia*

El Comercio minorista o *Retail*, como se conoce en los ámbitos profesionales, es uno de los campos del saber que más se ha adaptado a los cambios de la economía mundial, a la transformación de las ciudades, de los hábitos y costumbres de la sociedad y del consumo en general, así como también el que ha sufrido el impacto de las nuevas tecnologías en la manera de plantear los modelos de negocio y los sistemas de organización y control de las empresas del sector. Todo ello hace que vaya adquiriendo un elevado grado de desarrollo y complejidad y una necesidad constante de actualización.

Además, su carácter multidisciplinar, tal como se ha visto, hace que para poder ser entendido y abordado sea necesario utilizar distintos enfoques o disciplinas dentro de las Ciencias sociales lo que enriquece y fortalece la formación del alumnado. Se **alimenta de numerosas fuentes de conocimiento** como: la Estadística, la Economía de la Empresa, el Derecho, la Geografía y el Urbanismo, la Psicología, el Marketing, la Sociología, la Antropología Cultural, las Finanzas, las TIC y la Comunicación, entre otras. Se basa en el **conocimiento de la organización** y los modelos específicos de las empresas de *retail*, negociación, investigaciones comerciales, comportamiento de los consumidores, legislación, relaciones fabricante-distribuidor, los mercados exteriores. Así como el **conocimiento del establecimiento comercial**, en temas como la localización del establecimiento, el diseño y la distribución interna del mismo, entre otros. Destaca también la importancia clave del **conocimiento de las personas**, a nivel de equipos de trabajo y liderazgo y a nivel del destino final de su actividad, esto es, el consumidor. Todas estas materias precisan de un conocimiento científico propio y, por tanto, distinto del ámbito de la economía general y de la gestión de la empresa en particular.

El comercio minorista no es tan sólo una actividad de suministro a la población sino que además de su carácter económico posee un marcado carácter cultural. Los bienes que se intercambian son fruto del conocimiento humano y producen nuevo conocimiento en quienes los adquieren. Constituye un elemento multiplicador que explica su interrelación estrecha con la ciudad y sus funciones. Más aún en la actualidad en la que el consumo supera a la simple compra incluyendo el ocio y la cultura. En muchas ciudades por ello se ha difundido el lema de que donde existe comercio, existe vida urbana.

El comercio, desde el punto de vista de la Psicología, se centra en la persona como comercial y como consumidor. La persona, como comercial, deberá poseer habilidades para integrarse en un equipo y, en su caso, liderarlo. Deberá desarrollar competencias de negociación y habilidades en los procesos de venta, como dirigirse al cliente. Sin embargo, todos estos recursos persiguen un fin que consiste en convencer al consumidor de que el producto que le ofrece es importante y necesario. Por ello, un comercial deberá tener conocimientos sobre distintos aspectos de las personas en relación a sus motivos, los procesos de toma de

decisiones, cómo las emociones juegan un papel en estas tomas de decisiones, procesos de aprendizaje que generen estas emociones ante una marca determinada, etc.

La sociedad ofrece actualmente una gran demanda de la titulación en Comercio. Hasta ahora, estos estudios sólo eran impartidos por Escuelas de Negocios (centros privados) o Instituciones Públicas no Universitarias. La Universidad Pública no puede permanecer ajena a esta necesidad social y, por este motivo, debe ofrecer una titulación en Comercio.

La Ley General de Educación de 1970 identificaba, en la enseñanza de Formación Profesional, la especialidad “Administrativa y comercial” y el cuerpo de profesores correspondiente. Pero desde los años 90, y en el marco general desarrollado por la Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE, Ley orgánica 1/1990 de 3 de Octubre, publicada en el BOE de 4 de octubre), se identifica el **Comercio como un ámbito específico de la Formación Profesional**, y se diferencia de forma explícita del de Administración de empresas. Esta diferenciación se produce tanto en los ciclos formativos, que se dividen en dos familias profesionales (“Comercio y marketing” y “Administración y gestión”), como en el profesorado, que pasa a tener dos especialidades diferentes. El alumnado que ha finalizado cualquiera de los ciclos formativos de grado superior de las dos familias profesionales puede acceder al Grado como titulación superior, siendo la opción más idónea, entre todas ellas, y dentro de la familia de Comercio y marketing, la del ciclo “Gestión comercial y marketing”, que con el despliegue de la LOE (Ley Orgánica de Educación, Ley 2/2006 de 3 de mayo) se subdividirá en “Gestión de ventas y espacios comerciales” y “Marketing y publicidad”. Las competencias que se trabajan en el Grado son distintas a las que se desarrollan en los ciclos formativos, ya que en este caso cubren las necesidades de formación de cuadros directivos de la empresa, mientras que en los ciclos formativos se orientan a mandos intermedios.

Existe una amplia bibliografía sobre comercio minorista, que pone de manifiesto la importancia de esta disciplina. El análisis de referencias bibliográficas de términos relacionados con la palabra comercio (término *retail* en inglés) demuestra que es muy superior a las referencias de otras actividades. Además de los catálogos de las bibliotecas o los grandes repertorios bibliográficos, existen numerosos diccionarios de comercio publicados cuya relación sería excesivamente prolija e innecesaria en una memoria justificativa.

El análisis de los contenidos de titulaciones afines a la de este grado, ha revelado que existe un vacío de contenidos en cuanto a Comercio en otros grados de Dirección de empresas, Marketing e Investigación de Mercados

Para la elaboración de esta memoria se ha analizado la conexión del Grado en Comercio y Distribución con la oferta de grado y posgrado existentes (a nivel nacional e internacional). Este Grado proporciona al alumnado una formación superior en el sector del comercio minorista y la distribución, que le permite asimilar los fundamentos básicos para llegar a ser un profesional del *Retail*. Tras el Grado, el estudiante puede continuar su preparación con másters oficiales o de carácter profesionalizador. Los graduados en Comercio y Distribución podrán continuar su formación accediendo, entre otros, a los siguientes estudios:

- Universidad de Barcelona
 - Curso Superior Universitario en Neuromarketing Aplicado (IL3)
 - Postgrado en Gestión de Empresas de Moda Retail (IL3)

- Universidad Pompeu Fabra (UPF).
 - Máster en *Retail* (oficial). ESCI
 - Máster en Diseño del Espacio Comercial: Retail Design. ELISAVA

- Universidad de Stirling (Escocia, www.irs.stir.ac.uk):
MSc in Social Sciences, *Retail*.

- Universitat Autònoma de Barcelona
Máster en Administración y Dirección de Comercios y Distribución

Justificación científica del título

El Comercio posee un elevado potencial de investigación aplicada en Ciencias Sociales, lo cual abre un nuevo campo de trabajo a investigadores de disciplinas como la Psicología, la Sociología, la Geografía, la Economía y la Antropología Cultural. Además posee características particulares que diferencian este ámbito de estudio de otros próximos a otros Grados dentro de las Ciencias Económicas y Empresariales, tal como se expone en este apartado.

A partir de la década de los 90, se observa en Europa un incremento significativo del interés por la investigación sobre el sector del *Retail*, cuya evidencia más notable es el aumento de nuevas revistas académicas destinadas a la publicación de artículos científicos sobre el *Retail*, tal y como demuestran algunos estudios bibliométricos (Findlay A & Sparks L (2002) *General Introduction: The Domain of Retailing*. In: Findlay AM, Sparks L (ed.). *Retailing: Critical Concepts*, First ed, London, UK: Routledge, pp. 1-20.). Desde principios del siglo XXI prolifera la producción de manuales de referencia acerca de las materias básicas de la titulación (Ferne, Moore y Fernie, 2003: *Principles of retailing*, Buttreworth-Heinemann; Lindstrom. M. 2008: *Buy-ology*. New York: Doubleday Publishing Group). En Francia se mantiene muy activo el grupo de geografía comercial que tiene un alto nivel de publicaciones importantes, entre las que destaca un reciente diccionario (Desse, R.P. et al: *Dictionnaire du Commerce et de l'Aménagement*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes). En Portugal destaca el Centro de Estudios Geograficos de la Universidad de Lisboa, que tiene una larga tradición de estudios sobre comercio y consumo (Barata-Salgueiro, T. (1996): *Do Comércio a Distribuição. Roteiro de uma mudança*. Oeiras: Celta Editora). En Italia destacan los centros de Nápoles (D'Alessandro, L. (2008): *Attività Commerciali e Spazi urbani. Per un approccio geografico al centro storico di Napoli* Napoli: Guida editoriale) y de Catalonia (Cirelli, C. (2007): *Gli spazi del commercionei processi di trasformazione urbana*. Bologna: Patron).

Además, se han diversificado las líneas de investigación como por ejemplo:

- Estudios sobre innovación en el diseño de espacios comerciales (Quartier, K. & Van Cleempoel, k. (2013): *"Innovation on the Shop Floor: a Critical Survey of the Late Nineteenth until Mid-twentieth Century Department store, Chain store and Supermarket."*, Proceedings of the 17th EAERCD Conference (Valencia, España),
- Estudios sobre geografía comercial y desarrollo de modelos comerciales (Whysall,P., 2013: "On the ranking of UK *retail* locations: evolution and issues"; Wortmann, M., 2013: "Varieties of Retailing-A comparative Historical Institutional Approach to Retail Regulation in Germany, Italy, France and the UK").
- Estudios sobre la historia del consumo (Trentmann, F. 2012: *The History of Consumption*. Oxford: The Oxford University Press).

En España, se observa que la actividad de investigación relacionada con las materias de este Grado ha crecido de forma importante en los últimos años. Así, Vallet et al.(2002) en un estudio bibliográfico que llevaron a cabo hace ya más de una década concluían que se ha **incrementado el trabajo empírico** y el **número de referencias bibliográficas utilizadas** ("La producción científica sobre distribución comercial en España 1990-2000". ICE. *Revista de economía*, nov-dic.2002, nº 803, pg. 119-139). Además, ha crecido el interés por estudiar la internacionalización de las empresas de *retail* de nuestro país, en este sentido destacar los estudios recientes llevados a cabo por el Departamento de Investigación de Mercados de la Universidad de Valencia (Calderon, Fayos et Mollá, 2013: "Barriers to the internationalisation of retailers: an analysis of the reality of Spanish companies").

El *Observatori del Comerç Urbà de la Universitat de Barcelona* ha publicado numerosos estudios, especialmente el *Atlas comercial de Barcelona* (Carreras, C. 2003; Barcelona: Ajuntament de Barcelona). Además lidera un grupo internacional de investigación entre los grupos de Nápoles, Toulouse, Lisboa, São Paulo, Presidente Prudente y México D.F. que ha realizado diversas publicaciones (Carreras, C. y Pacheco, S.M.M., 2009: *Cidade e Comércio. A rua comercial na perspectiva internacional*. Rio de Janeiro: Armazem das Letras; Salgueiro, T.B. e Cachinho, H., 2011: *Retail Planning for the Resilient City. Consumption and Urban regeneration*.Lisboa: Universidade de Lisboa).

En el marco del Espacio Europeo de Investigación, el VII Programa Marco de Investigación 2007-2013, (en adelante VII PM), reconocía que la investigación forma parte del "triángulo del conocimiento" y constituye uno de los motores que debe impulsar el crecimiento y el empleo de la Unión Europea (UE) en una economía globalizada. La Comisión Europea reconocía la necesidad de investigar e innovar en dos ámbitos directamente relacionados con los estudios de este Grado en Comercio y Distribución. Concretamente:

- a. *Incremento del conocimiento científico que ayudara a mejorar las políticas de protección de los consumidores*: Según la Unión Europea (UE), se han producido diversos factores que han favorecido la apertura de las fronteras al comercio: un mercado y moneda únicos, el creciente uso de Internet, el incremento del comercio electrónico y, en general, la expansión del sector servicios.
- b. *Incremento del conocimiento científico que ayudara a crear un entorno empresarial más adecuado para invertir en competitividad e innovación*. En este sentido, la UE destacaba la **necesidad de invertir en sectores de importancia estratégica** como el aeroespacial o el tecnológico, pero también reconocía otros más tradicionales, entre los que se sitúa el sector del *Retail*. El programa de trabajo del VII PM de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades (*European Commission (2009), 5893 of 29 July 2009*) priorizaba algunos tópicos vinculados directamente con los créditos de formación básica y nucleares del Grado, entre ellos temas que tienen que ver con: estilos de vida sostenibles, responsabilidad social corporativa o adicciones y estilos de vida en las sociedades europeas contemporáneas (Humanities. SSH. 2010 3.2.1.). El programa *Cooperación* (Tema 8) dentro del apartado de Ciencias Sociales y Humanidades del VII PM, resaltaba ya para el año 2009 y 2010 algunas líneas de investigación y tópicos directamente relacionados con los estudios de este **Grado**. En el 2009 (*European Commission (2009) 10074 of 17 Dec. 2009*) el programa de trabajo priorizó temas de investigación que entroncan directamente con los créditos de formación básica y créditos nucleares de la titulación. Destaca, por ejemplo, el relacionado con los **cambios en el consumo, comportamientos y yacimientos de consumidores** (área 8.3.2. Societal trends and lifestyles. Topic SSH-2009-3.2.1.) Se

pretendía mejorar el conocimiento respecto las **nuevas tendencias en el comportamiento de los consumidores en Europa**, sus características sociales, culturales y económicas. También, conocer los factores que influyen en los procesos de elección de los consumidores y, por último, identificar las implicaciones sociales y culturales que podía tener el comportamiento del consumidor a corto, medio y largo plazo.

Como continuación de este programa, recientemente (enero 2014) se han presentado las líneas estratégicas del **Programa Europeo Horizonte 2020**. El Programa busca convertir los avances científicos en productos y servicios innovadores que faciliten oportunidades comerciales y mejoren la vida de las personas. En general, el Programa favorece la cooperación entre Universidades y Empresas (con una mención especial a las pymes), con una clara orientación hacia la innovación y la investigación. En este sentido, se espera que a lo largo de los próximos siete años se identifiquen las líneas de investigación más conectadas con las materias del Grado en Comercio y Distribución.

Para finalizar, se observa una consolidación de la producción científica sobre distribución comercial, tanto en España como en el resto de países. A lo largo de los últimos 20 años, se han mantenido eventos científicos internacionales, tal como se detalla más adelante. Además, han aparecido revistas científicas especializadas en el sector del *Retail* que gozan de un sistema de arbitraje (*peer review*), y aportan un mayor rigor científico, tal como se presenta a continuación.

Grupos de investigación nacionales e internacionales consolidados en *Retail*

Se han identificado los siguientes grupos clave:

- Instituto de Estudios sobre *retail* (Universidad de Stirling, Escocia). Se creó en el año 1983 con el fin de realizar estudios académicos y aplicados en *Retail*. Se trata de uno de los institutos europeos de mayor reputación en la disciplina del *Retail*.
- Retail Research Group (University of Surrey's School of Management, UK), focalizado en la investigación sobre comportamiento, estrategia y dirección operativa sobre *retail* y consumo.
- Center for Retailing (University of South Carolina, United States), dedicado a la creación y la diseminación de conocimiento científico en *Retail*.
- Diversos grupos de la Universidade Estadual de São Paulo (UNESP), especialmente el grupo del Núcleo de Estudos sobre Comércio e Consumo (NECC), del campus de Rio Claro, y el Grupo de Pesquisa Produção do Espaço e Redefinições Regionais (GAsPERR), del campus de Presidente Prudente.
- Observatori del Comerç Urbà de la Universitat de Barcelona, que desde el año 1990 mantiene una línea de investigación sobre el comercio, la ciudad y el consumo, tanto a escala local (especialmente sobre la ciudad de Barcelona), como a escala internacional (Martínez-Rigol, S. (2010): *La cuestión del Centro, el Centro en cuestión*. Lleida: Editorial Milenio)..

- Grupo de investigaciones antropológicas de la Universidad de Sevilla, que promueve investigaciones sobre el comercio de proximidad, junto con grupos de Madrid y el Observatori de la Universidad de Barcelona.

Conferencias y eventos de interés académico y científico

- Asia Pacific Retail Conference: se han celebrado ya 5 ediciones, la última en Hong Kong.
- Conferencia bianual organizada por The European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD). La próxima se celebrará en el año 2015.
- Seminarios bianuales sobre Retail and Consumption Geography organizados en torno al Observatori del Comerç Urbà de la Universitat de Barcelona. El primero celebrado en Rio de Janeiro (Brasil) en 2006, el Segundo en Barcelona, en 2009, el tercero en 2012 en Sao Paulo (Brasil), el cuarto en Nápoles, en 2013. El próximo se celebrará en la UNAM, en el distrito federal de México, en otoño del 2015.

Difusión de la producción científica en *Retail*

La producción científica en el ámbito del comercio minorista se difunde especialmente a través de libros, de un solo autor o de varios, y de atlas, que tienen gran prestigio en los ámbitos locales y nacionales. En el mundo anglosajón esta difusión se acompaña de la publicación de revistas científicas, tanto en el Reino Unido como en los Estados Unidos, que tienen amplia repercusión internacional. Las revistas más reconocidas entre la comunidad científica internacional para la difusión de la producción científica son las siguientes.

Tabla 2: Difusión de la producción científica en *Retail*

Revista	ISI CARHUS plus	Descripción
Journal of Retailing ISSN: 0022-4359 CImago Journal Rank (SJR): 1.606 Impact Factor: 1.193	ISI	Su objetivo es promover el estado de los conocimientos y su aplicación con respecto a todos los aspectos de la venta al por menor, su gestión, la evolución y la teoría actual. El campo de la venta al por menor incluye tanto los productos y servicios, las cadenas de suministro y canales de distribución que sirven a los minoristas, las relaciones entre los minoristas y los miembros del canal de suministro, y todas las formas de marketing directo y emergentes mercados eléctricos a los hogares.
International Journal of Retail & Distribution Management	Scopus	El enfoque principal es profundizar sobre aspectos estratégicos del <i>retail</i> y

Emerald (UK) ISSN: 0959-0552 SJR: 0,542		la distribución. Proporciona un foro de discusión de investigaciones enfocadas sobre cuestiones académicas, de consultoría, negocios o dirección.
Journal of Retail & Leisure Property Palgrave McMillan ISSN: 1479-1110		Está dirigido especialmente a académicos, así como profesionales del <i>retail</i> y la consultoría
World Journal of Retail Business Management University of Southern Denmark ISSN: 1994-2915		Su primera aparición fue en el 2007.
Journal of consumer affairs Wiley ISSN: 0022-0078 Factor de impacto: 1.047	ECON. A	Revista que trata temas de investigación que se pueden abordar desde el punto de vista del consumidor incluyen las comunicaciones, la educación de los consumidores, la economía, las finanzas, el derecho, la nutrición, la política pública, la psicología y marketing.
Journal of Business and retail management research Academy of Business and retail management ISSN: 1751-8202		Revista académica, con referees. El objetivo de la revista es atraer y publicar artículos teóricos, conceptuales y empíricos de autores académicos y también profesionales de todas las disciplinas relacionadas con el <i>retail</i> y la distribución.
Journal of Retailing American Marketing Association, EEUU, Elsevier ISI 0022-4359. Factor de impacto: 1.193	ECON. A	Revista orientada a resaltar las publicaciones que ofrecen una visión avanzada respecto el estado de la cuestión y sus aplicaciones en relación con el <i>retail</i> , su dirección, evolución y teoría reciente.
International Review of Retail, Distribution and Consumer Research Taylor & Francis ISSN: 0959-3969		Publicación sobre conocimientos científicos avanzados sobre <i>retail</i> y distribución. Adopta una perspectiva internacional que refleja el carácter multinacional del sector de la distribución y su paradigma complejo.
Journal of retailing and consumer services Elsevier ISSN: 0969-6989		Se trata de un foro internacional e interdisciplinar para investigadores interesados en el ámbito del <i>retail</i> . Su enfoque es principalmente el comportamiento del consumidor y las políticas de distribución.
Psychology & Marketing		Revista que publica artículos de

Wiley ISSN: 0742-6046 Factor de impacto: 0.902		investigación y revisión originales que se ocupan de la aplicación de las teorías psicológicas y de las técnicas para la comercialización.
Journal of Business and Psychology Springer ISSN: 0889-3268 2013 Factor de impacto: 1.544		Revista que publica investigación de alta calidad para avanzar en la ciencia y la práctica de la organización.

Fuente: Elaboración propia

Justificación profesional

El interés profesional del Grado en Comercio y Distribución se justifica por:

1. El Comercio es una actividad esencial para la economía de cualquier país, también del nuestro. Se encuentra en un **proceso constante de expansión estratégica**, cuestión clave hoy para la **recuperación económica** y el **aumento del empleo estable**. La mayoría de empresas son pequeñas y medianas, mayoritariamente de tipo familiar (Observatory of European SMEs, 2002). Según datos del INE (DIRCE, 1 enero 2012), el 39% de las empresas de comercio son pymes con más de 50 trabajadores. En Cataluña, por ejemplo, hay casi 90.000 empresas comerciales detallistas con más de 120.000 establecimientos, la mayoría de carácter individual, no asociadas. En el 2002, sólo entre un 10% y un 15% de las empresas tenían 2 o más establecimientos. Sin embargo, en el 2012 alcanzaban el 40%. Este dato indica que las empresas que han evolucionado, han crecido y se han expandido han aumentado sus estructuras e incorporado profesionales cualificados. De esta forma determinadas empresas comerciales de nuestro país han llegado a convertirse en marcas reconocidas en el sector e incluso en potentes multinacionales.

Además, la complejidad que supone la expansión empresarial ha llevado a la cooperación entre las empresas. Se han creado asociaciones y entidades orientadas exclusivamente a alcanzar este objetivo. A modo de ejemplo y, por orden de antigüedad, se detallan algunas de las más ilustrativas: unas han optado por asociarse con el propósito de expansionarse hacia las primeras zonas de concentración comercial y con potencial de negocio (Club Eurelia, www.eurelia.com/publi c/esp); otras han optado por aprovechar sinergias a través del intercambio de experiencias y buenas prácticas comerciales (Comertia, www.comertia.net) y, por último, han surgido otro tipo de asociaciones que buscan la expansión a través de la localización en zonas comerciales alternativas para así convertirse en el motor clave para su potenciación (Amicca, www.amicca.org). Se han generado oportunidades nuevas de negocio derivadas de los procesos de gestión de stocks de los puntos de venta. Además, el modelo de negocio de la empresa comercial requiere una estructura capilar, en la que el papel del directivo es clave, ya que proporciona una visión estratégica en la que confluyen el mercado, el entorno y las personas.

En este sentido, la Universidad está en contacto permanente con el tejido empresarial, organismos y entidades relacionadas en el sector, con las que han analizado e identificado la necesidad de formar Graduados en Comercio con el propósito de contribuir al crecimiento y profesionalización del sector. A lo largo de los 14 años de historia de la escuela, ESCODI ha mantenido una relación continuada y directa con las principales empresas de comercio del país. En el 2006, se realizó una consulta a 69 empresas representativas del sector (El Corte

Inglés, Mercadona, Caprabo, Bon Preu, Condis, SorliDiscau, entre otras) que pusieron de manifiesto esta necesidad de profesionalización. En el 2011, se reunió a un grupo de empresarios del sector con el fin de analizar la situación y necesidades de I+D. Posteriormente, en el 2013, se realizó conjuntamente con la Comisión de *Retail* del Colegio de Economistas de Cataluña, un estudio que situaba al *Retail* en el primer puesto en la contribución al PIB del país, alcanzando valores alrededor del 25%.

2. Los graduados en Comercio y Distribución pueden optar a un abanico muy amplio de puestos de trabajo una vez acabados sus estudios.

La complejidad de los procesos que afectan a la empresa comercial conlleva la **necesidad de incorporar profesionales con una formación superior universitaria y conocimientos específicos del sector del retail**. Según datos del Observatorio de Comercio de la Generalitat de Catalunya (Abril 2011, <http://www.gencat/diue/ambits/comerc/index.html>), la evolución de la población ocupada en este sector de actividad durante el primer trimestre del 2011, indica una tendencia positiva de ocupación de cargos de responsabilidad en establecimientos comerciales (alcanzando el 40% de puestos de trabajo que se generan en el sector). Asimismo, según datos del INE (2012), el 10,8% de la población ocupada corresponde al sector del comercio minorista, siendo uno los que ofrece mayor estabilidad de empleo a sus trabajadores.

Hasta ahora las vacantes que se producían en la plantilla de las empresas de comercio minorista tanto de cargo directivo como de mando intermedio con un nivel de responsabilidad elevado, han sido cubiertas ya sea por promoción interna, ya sea por perfiles profesionales afines pero no coincidentes con la necesidad (ADE, Empresariales, Derecho, Psicología,...).

El Grado en Comercio y Distribución proporciona al alumno una **formación** en las diferentes disciplinas científicas de aplicación al sector para iniciar la carrera profesional en empresas de comercio. Una vez finalizados los estudios pueden iniciar su actividad profesional en cualquier departamento o área funcional de una empresa de comercio (Marketing, recursos humanos, compras, logística, expansión, comercial, gestión de puntos de venta,...).

A raíz de la consulta a las empresas sobre la empleabilidad y perspectivas de ocupación de los estudiantes, se ha visto que valoran dos aspectos clave: los conocimientos específicos del sector que adquieren los estudiantes, que antes de existir la carrera requerían de más de 15 años de experiencia y formación interna en la empresa y también, el grado de polivalencia de los conocimientos de los estudiantes que les permiten integrarse en cualquier departamento de la empresa de comercio o gran distribución.

A continuación se describen los niveles ocupacionales y puestos que pueden desarrollar los titulados a lo largo de su plan de carrera:

Dentro de la estructura de la empresa comercial:

- Responsable de tienda o punto de venta. Supervisor de zona, Jefe de sección,... (según el tamaño de la empresa el puesto inicial puede variar).
- Técnico o Responsable de departamento o área funcional: compras, logística, dirección comercial, recursos humanos, Marketing, promoción comercial, desarrollo de producto, finanzas, operaciones, expansión, comunicación,...)
- Dirección general

Experiencias anteriores de la universidad en la impartición de títulos de características similares

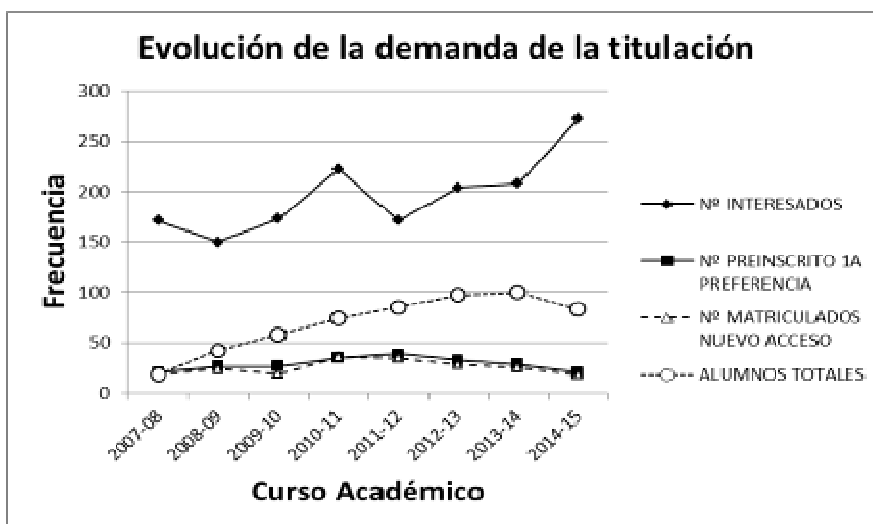
Este título de Grado recoge la experiencia y trayectoria del título propio de Graduado en Dirección de Comercio y Distribución (título propio de la UAB) que ha impartido ESCODI desde el año 2007, en que se puso en marcha la titulación universitaria (y que será extinguido por el nuevo Grado de la UB objeto de la presente memoria). Ha sido la primera titulación de estas características en nuestro país. Se empezó a impartir como título propio para poder valorar cuál era la aceptación del mercado y las empresas de este nuevo perfil y transformarlo en título oficial en el momento que se observara que los recién titulados eran integrados satisfactoriamente en el mercado de trabajo. Desde el curso 2007-2008, el título propio se ha incluido en el mapa de estudios universitarios que regula la Generalitat de Catalunya. El acceso a los estudios se realiza a través de la preinscripción universitaria (acesnet.cat). Durante estos años, los estudios han sido cursados principalmente por estudiantes de Cataluña, pero también de otras comunidades autónomas (Comunidad Valenciana, Andalucía, País Vasco, Aragón, Islas Baleares) y otros países (Andorra, Portugal o Guinea Ecuatorial). Se han graduado ya 5 promociones de estudiantes, lo que suponen más de un centenar de recién titulados.

La Tabla 3 muestra la evolución de la demanda de la titulación en Dirección de Comercio y Distribución que se extingue con este Grado. La media de alumnos matriculados de nuevo acceso de los cursos analizados es de 25'1. En concreto, se puede observar un incremento entre los cursos 2007-08 y 2010-2011 y un descenso progresivo a partir del curso 2012-2013 hasta la actualidad. Este descenso se atribuye a dos variables relevantes. Por un lado, a la crisis económica y, por otro lado, al hecho de que la titulación aparecía en el catálogo de títulos universitarios como "título propio no homologado". Es importante señalar que a pesar del descenso en la matriculación, el número de personas interesadas en la titulación ha ido aumentando a lo largo de los cursos analizados. Si bien la crisis es un factor externo, la categoría del curso depende de las instituciones que lo imparten. En este sentido, se prevé un incremento en el volumen de matriculación de nuevo acceso con el nuevo título de Grado en Comercio y Distribución. De hecho, otras titulaciones como Gestión Aeronáutica y Dirección Hotelera, han mostrado este incremento en el momento que se han ofrecido como titulaciones oficiales.

Tabla 3. Evolución alumnos matriculados respecto a total de interesados

<i>Curso Académico</i>	<i>Estudiantes interesados</i>	<i>Pre-inscripciones en primera preferencia</i>	<i>Estudiantes matriculados de nuevo acceso</i>	<i>Estudiantes totales</i>
07/08	171	23	18	18
08/09	150	27	24	42
09/10	173	27	19	58
10/11	222	37	35	74
11/12	171	45	34	85
12/13	204	32	28	97
13/14	208	28	25	100
14/15	272	20	18	83

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Desde el inicio y hasta el curso 2013-14, ha habido un total de 1.299 personas interesadas en la titulación, de las que finalmente se han acabado matriculando el 14%. En este sentido, el hecho de que aún sea título propio no ha beneficiado la transformación del número de demandantes en matrículas de nuevo acceso. Al crear este título oficial, se prevé aumentar la matrícula de estudiantes de nuevo acceso.

Respecto a los datos de graduación, el índice de eficiencia, es decir, los estudiantes que finalizan los estudios en el tiempo previsto, es muy alto, alrededor del 83%. Por otra parte, la tasa de abandono es sólo del 5,5%, que se sitúa en unos niveles aceptables. En general, los principales motivos de abandono han sido de tipo familiar (dificultades económicas...) o personales (problemas psicológicos...).

En relación a la inserción laboral, cabe destacar que a los 6 meses de finalizar los estudios, más del 80% de los alumnos que se matricularon están trabajando en una posición laboral de destino definida por la titulación. Estos datos son especialmente positivos si se tiene en cuenta el elevado paro juvenil que padece nuestro país. De acuerdo con los datos más recientes publicados por la *Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya* (Indicadores de inserción laboral, AQU 2013), se observa que los recién titulados de ESCODI acceden al mercado de trabajo cualificado de forma más rápida que la media de los estudiantes universitarios de Cataluña. El último estudio de la AQU apuntaba que las condiciones de acceso al mercado del trabajo para los jóvenes no estaban mejorando (niveles salariales,...). En cambio, en el caso de estos titulados se puede observar una tendencia mucho más positiva, a nivel de rapidez en poder acceder a un trabajo para el que se han preparado y que les permite iniciar una vida independiente de su entorno familiar.

Cabe añadir que un 41% de los recién titulados universitarios de ESCODI que han conseguido empleo adecuado a sus estudios en el primer semestre de 2014, ha recibido por parte de la empresa un plan de carrera, lo que refuerza el concepto de puesto de trabajo de calidad.

Datos y estudios acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad

El perfil de demandante universitario que cubre esta titulación busca unos estudios de carácter aplicado y, al mismo tiempo, transversal, que le permitan conocer cómo se comportan las personas (a nivel individual y en sociedad), y los mecanismos psicosociales, económicos, geográficos, históricos, arquitectónicos, que inciden en el comportamiento del consumo y en el desarrollo y expansión de las empresas de comercio minorista para diseñar conceptos comerciales innovadores o tomar decisiones empresariales, entre otros. Es un perfil de estudiante interesado por las Ciencias Sociales, en su sentido amplio, con una visión más generalista que especialista. En muchos casos, tienen claro que les gusta dedicarse al comercio, pero aún no han decidido que especialidad elegir. Esta elección la podrán llevar a cabo en el momento que tengan que escoger estudios de Máster para conseguir una mayor especialización en un determinado ámbito.

Se ha realizado una consulta a alumnos que han finalizado los estudios de Dirección de Comercio y Distribución (como título propio de la UAB) sobre la demanda potencial del título. Desde su opinión profesional, las empresas les han valorado positivamente el hecho de tener una formación superior especializada en el sector, poseer una visión global del negocio y ser capaces de adaptar a distintas áreas estratégicas de la empresa (logística, compras, Marketing, expansión, desarrollo de producto, ventas,...). En este sentido, cabe destacar que los titulados en Dirección de Comercio y Distribución se han incorporado a importantes empresas de comercio nacionales e internacionales, con la previsión de desarrollar interesantes planes de carrera (El Corte Inglés, Mango, Adolfo Domínguez, Leroy Merlin, Aki, Tous, Bon Preu, Mercadona, Caprabo, Condis, MaxMara, North Face, entre otras...).

Justificación de la oferta de plazas

El número de plazas de primer acceso es de 60. Se justifica este número para poder asegurar las metodologías docentes que se desplegarán (trabajo en equipo, tutorías individualizadas, visitas a empresa,...)

Relación de la propuesta con las características socioeconómicas de la zona de influencia del título

El ámbito de influencia directa del título es Cataluña, aunque se espera movilidad de estudiantes a nivel de todo el Espacio Europeo.

En el ámbito del comercio y la distribución es necesario disponer de profesionales formados específicamente en las necesidades derivadas de la importancia de este sector y del mercado de trabajo. El mercado de trabajo del sector del comercio ocupa en Cataluña a 300.000 personas. En el período 2010-2012 se han generado en el sector más de 20.000 puestos de trabajo cualificados (responsables de tienda, jefes de zona, técnicos y mandos intermedios para la central de gestión). Asimismo, se han destruido unos 7.000 puestos de trabajo de base (vendedores, reponedores y personal de almacén) y 4.000 de comerciantes autónomos (Fuente: Observatorio de Comercio de la Generalitat de Cataluña).

Actualmente hay 90.000 empresas de comercio en Cataluña y, según datos del Observatorio de Comercio de Cataluña, hay unos 120.000 establecimientos comerciales registrados (Informe Comercio Minorista, 2012). Se observa que los que tienen una cierta dimensión (más de 5 establecimientos) han sobrevivido mejor a la crisis y se han reforzado captando talento en la Universidad, sobre todo para posiciones de responsabilidad. Según datos de la Dirección General de Comercio de la Generalitat, en el 2010 había en Cataluña un 25% de empresas con varios establecimientos, y según un estudio exploratorio realizado por ESCODI a principios del 2012 se apuntaba que se podía estar alcanzando el 40%.

En este sentido, se pretende formar graduados/as que puedan trabajar en salidas profesionales como: posiciones de mando intermedio en una empresa de comercio, vinculadas a cualquiera de sus áreas funcionales (compras, logística, Marketing, recursos humanos, expansión, comercial,...); responsable de establecimiento comercial, supervisor de zona, gerentes dinamizadores o técnicos de la Administración Pública, técnicos y mandos intermedios de diferentes departamentos de la central de gestión o dirección general.

Cabe destacar la elevada demanda por parte de las empresas (según datos del título propio) de estos perfiles profesionales. En el 2013, el 62% de los alumnos de ESCODI en prácticas recibieron propuesta laboral por parte de las empresas que los acogieron. El 80% de los alumnos se insertan en menos de 6 meses en un puesto de trabajo relacionado con los estudios. Además, el 16% de los estudiantes actuales del título propio son jóvenes con la voluntad de llevar a cabo la sucesión generacional en empresas familiares de comercio.

Algunas de las empresas del sector más relevantes del país han acudido a ESCODI para captar talento y contratar estudiantes de Dirección de Comercio y Distribución (Bon Preu, Condis, Caprabo, Mercadona, Tous, Mango, Adolfo Domínguez, Conforama, Leroy Merlin, Aki, Max Mara, Ikea, Ecoceutics, Porsche Carrera, North Face, Decathlon, Dia, Boutique Secret, Natura, Benito Esports, entre otras).

Todo esto implica un elevado nivel de ocupabilidad dado que será el único grado especializado en el sector del comercio y la distribución en Cataluña. Además, se puede decir que no hay saturación ya que la demanda de titulados en Comercio y Distribución por parte de las empresas supera la oferta que actualmente ofrece ESCODI con el título propio, y actualmente, ESCODI ni siquiera puede cubrir las propuestas de prácticas que las empresas del sector ofrecen para sus estudiantes universitarios, lo cual no es baladí cuando se constata que entre un tercio y algo más de la mitad de estas prácticas se traducen posteriormente en ofertas laborales adecuadas a los recién graduados.

En el caso de que el título habilite para el acceso al ejercicio de una actividad profesional regulada en España, se debe justificar la adecuación de la propuesta a las normas reguladoras del ejercicio profesional vinculado al título, haciendo referencia expresa a dichas normas

Existe un convenio con el Colegio de Economistas de Cataluña por la que los titulados en Comercio y Distribución pueden colegiarse como "Colegiados asociados", pero no habilita para el ejercicio de la profesión de economista.

En el caso de títulos de máster/grados que propongan dos modalidades de impartición de la docencia justificación del número de plazas de ingreso para cada modalidad, y en cualquier caso, justificación de la pertinencia de la modalidad escogida para la adquisición de las competencias planteadas en el Título

--

Justificación de la inclusión de menciones en el título

Este título no incluye menciones.

4. PLA D'ESTUDIS DELS ENSENYAMENTS DE GRAU

PROPUESTA DISTRIBUCION MATERIAS POR SEMESTRES Y CURSOS

FB: 60 créditos

OBL : 150 créditos

OPT: 24 créditos

TFG: 6 créditos

	MATERIA	PRIMERO		SEGUNDO		TERCERO		CUARTO		ECTS
		1Q	2Q	1Q	2Q	1Q	2Q	1Q	2Q	
FB	MATEMÁTICAS	Matemáticas								6
	ESTADÍSTICA			Análisis de datos						6
	ECONOMÍA	Microeconomía								12
			Macroeconomía							
	EMPRESA		Introd. contabilidad							12
		Economía empresa								
	DERECHO		Introd. derecho fiscal y comercial							6
	SOCIOLOGIA	Análisis sociológico de la empresa comercial								6
	PSICOLOGIA		Psicología b�sica							6
HISTORIA	Historia econ�mica								6	
MO 150	GESTIÓN EMPRESA COMERCIAL			G.econ.-financ. empresa comercial	Dirección y organización empresa comercial	Modelos y estrategias crecimiento en la empresa comercial	Indicadores de gestión			24
	MARKETING		Fundamentos M�rqueting		T�cn.investig. cualitativas	T�cn. investig. cuantitativas	MK estratégico	MK punto venta	42	
						Merchandising		TIC y e-Commerce		
	CALIDAD E INNOVACIÓN					Calidad y sistemas gestión empresa comercial		Innovación en el comercio	12	
LOGISTICA Y COMPRAS				Compras y stocks	Logística				12	

	MARCO JURÍDICO CULTURAL			Legislación comercial y marco institucional	Antropología			Gestión inmobiliaria del comercio		18
	GEOGRAFIA COMERCIAL			Ciudad, comercio y distribución				Geografía comercial: localización comercial	Geomárketing y SIG	18
	PSICOLOGIA SOCIAL			Psicología consumidor	Gestión de personas			Liderazgo de equipos	Técnicas de venta y negociación	24
ects		30	30	30	30	30	30	30	30	

	MATERIA	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	créditos	ECTS
OPT	RETOS DE LA EMPRESA COMERCIAL				Empresa familiar	6	42
					Comercio exterior	6	
					Ética y RSC	6	
					Direc. centros comerciales	6	
					Neuromárketing	3	
		TEMAS DE CONSUMO Y MÁRQUETING				Sociología del consumo	
	PRACTICAS (12)				Prácticas 1 Prácticas 2	12	
TFG	Trabajo final grado				TFG	6	6
ects					30	30	240

5. CALENDARI IMPLANTACIÓ COMPLETA DELS ENSENYAMENTS

Cronograma d'implantació del Títol oficial de Grau en Comerç i Distribució UB, 4 anys i 240 crèdits:

Es reproduïx a continuació el cronograma de la memòria oficial de grau (en castellà), que detalla en quin curs acadèmic s'anirà impartint per primer cop cada curs del nou grau:

Curso de inicio de la titulación

2015, primer año del curso académico 2015-16

Cronograma

Curso a curso títulos de 4 años (240 créditos)

Asignaturas	2015-16	2016-17	2017-18
Primero	Docencia	Docencia	Docencia
Segundo	Docencia	Docencia	Docencia
Tercero		Docencia	Docencia
Cuarto			Docencia

El següent quadre mostra quins estudis estarà impartint ESCODI en cada curs acadèmic, i que s'han tingut en compte en la construcció del quadre econòmic de viabilitat. Així doncs es contempla el desplegament del títol oficial i l'extinció del propi.

CURS	IMPLANTACIÓ TÍTOL OFICIAL	TÍTOL PROPI	
		DOCÈNCIA	EXTINCIÓ
15-16	1r i 2n	3r	2n
16-17	1r 2n i 3r		3r
17-18	1r 2n 3r i 4rt		
18-19	1r 2n 3r i 4rt		
19-20	1r 2n 3r i 4rt		

Així es veu que el curs 2017-2018 és el que culmina el desplegament del nou Grau en Comerç i Distribució amb la docència dels 240 crèdits; que el curs 16-17 és quan es graduen els darrers estudiants del títol propi que s'extingeix.

El nombre d'alumnes que s'ha estimat per cada curs –i en base al qual s'ha fet la construcció del quadre econòmic- queda reflectit en el següent quadre, a peu del qual s'indica el codi de color amb el que es diferencien les tipologies d'alumnes:

	1r	2n	3r	4r	TOTAL ALUMNES/CURS
Curs 15-16	60	13	30		103
Curs 16-17	60	53	13		126
Curs 17-18	60	51	53	13	177
Curs 18-19	60	49	51	53	213
Curs 19-20	60	49	49	51	209

Llegenda:

TO: Títol Oficial UB

Adaptació de 2n curs de Títol propi UAB a Títol Oficial UB

TP: Títol propi UAB en extinció i impartició d'assignatures pendents per repetidors.

Procediment d'adaptació en el seu cas dels estudiants dels estudis existents al nou Pla d'estudis:

La finalitat és facilitar als estudiants de l'actual titulació de Graduat en Direcció de Comerç i Distribució, la seva mobilitat al Grau en Comerç i Distribució. Per aquesta raó, s'ha elaborat la següent taula d'adaptació d'assignatures entre la titulació a extingir i el nou Grau, establint una comparativa entre els continguts, competències i crèdits de les diferents matèries. Tot seguit es presenta el procediment d'adaptació de les matèries del Graduat en Direcció de Comerç i Distribució que s'extingeix i que tenen reconeixement en el nou Grau en Comerç i Distribució, que ha estat aprovat per la Comissió impulsora de del nou títol de Grau per part de la UB.

**TABLA DE ADAPTACIÓN ENTRE TÍTULO PROPIO A EXTINGUIR Y EL
NUEVO GRADO**

TÍTULO A EXTINGUIR				TÍTULO NUEVO			
<i>Graduado en Dirección de comercio y distribución</i>				<i>Grado en Comercio y Distribución</i>			
ASIGNATURA	TIPO	CURSO	CRED.	ASIGNATURA	TIPO	CURSO	CRED.
Distribución comercial y modelos empresariales	Oblig.	1	6	Ciudad, comercio y consumo	Oblig.	2	6
Fundamentos de economía y economía de la empresa	Oblig.	1	5	Economía de la empresa	FB	1	6
Psicología del consumidor	Oblig.	1	7	Psicología	FB	1	6
Psicología social del consumo	Oblig.	1	5	Psicología del consumidor	Oblig.	2	6
Investigación y análisis del mercado	Oblig.	1	7	Investigación cualitativa	Oblig.	2	6
Derecho mercantil y fiscal	Oblig.	1	5	Introducción al Derecho Fiscal y comercial	FB	1	6
Gestión económica y financiera de la empresa comercial	Oblig.	1	5	Gestión económica y financiera de la empresa comercial	Oblig.	2	6
Estados contables y financieros	Oblig.	1	5	Introducción a la contabilidad	FB	1	6
Fundamentos del márketing	Oblig.	1	5	Fundamentos del márketing	Oblig.	1	6
Promoción de la empresa comercial	Oblig.	1	5	Márketing en el punto de venta	Oblig.	4	6
Legislación comercial y marco institucional	Oblig.	1	5	Legislación comercial y marco institucional	Oblig.	2	6
Dirección y organización de la empresa comercial	Oblig.	2	5	Dirección y organización de la empresa comercial	Oblig.	2	6
Técnicas de dirección, organización y liderazgo de equipos	Oblig.	2	7	Liderazgo de equipos	Oblig.	3	6
Merchandising visual y promoción en el punto de venta - 1	Oblig.	2	7	Merchandising	Oblig.	3	6
Gestión de compras y estocs - 1	Oblig.	2	5	Gestión de compras y estocs	Oblig.	2	6
Márketing estratégico en la empresa comercial	Oblig.	2	5	Márketing estratégico	Oblig.	3	6
Localización comercial y merchandising urbano	Oblig.	2	5	Geografía comercial y localización	Oblig.	3	6
Gestión inmobiliaria en el comercio	Oblig.	2	5	Gestión inmobiliaria del comercio	Oblig.	3	6
Gestión de compras y estocs - 2	Oblig.	2	5	Procesos logísticos	Oblig.	3	6

Gestión de los recursos humanos	Oblig.	3	5	Gestión de personas	Oblig.	2	6
Empresa familiar	Oblig.	3	5	Empresa familiar	Opt.	4	6
Aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías	Oblig.	3	5	TIC y e-commerce	Oblig.	4	6
Modelos y estrategias de crecimiento	Oblig.	3	8	Modelos y estrategias de crecimiento	Oblig.	3	6
Técnicas de comunicación y negociación - 1	Oblig.	3	5	Técnicas de venta y negociación	Oblig.	4	6
Técnicas de comunicación y negociación - 2	Oblig.	3	5				
Calidad y sistemas de gestión en la empresa - 1	Oblig.	3	5	Calidad y sistemas de gestión	Oblig.	3	6
Calidad y sistemas de gestión en la empresa - 2	Oblig.	3	5	Indicadores de gestión	Oblig.	3	6
Prácticas en empresas del sector	Opt	3	5	Prácticas en empresas del sector	Opt	4	6
Dirección, gestión y promoción de centros comerciales	Opt	3	5	Dirección, gestión y promoción de centros comerciales	Opt.	4	6
2 Asignaturas obligatoria u optativa				Asignatura optativa ficticia 1(ARCO)		6	6
				Asignatura optativa ficticia 2(ARCO)		6	6

6. PROFESSORAT

6.1.- Personal acadèmic

És important fer constar que donat que ESCODI serà un centre adscrit a la UB, per a la incorporació de professorat es tindrà en compte tot allò que estableixi la normativa vigent, i especialment el conveni entre ESCODI i la UB.

Com a centre adscrit, el personal acadèmic ha de complir amb el que estableix la Llei Orgànica 4/2007 pel que fa a les característiques del personal acadèmic. Per això, el professorat tindrà la titulació exigida per la Llei Orgànica d'Universitats i les normes que la desenvolupen exigeixen per als centres universitaris públics homòlegs, i tindrà – si s'escau- la *venia docendi* del rector o del vicerector en que delegui, la qual es sol·licitarà d'acord amb el procediment que s'estableixi en el conveni d'adscripció i col·laboració acadèmica amb la Universitat de Barcelona. Aquesta *venia docendi* tindrà validesa per un curs acadèmic i per a les assignatures per a les quals s'hagi acordat. Les propostes de designació hauran de ser aprovades per l'òrgan col·legiat de govern del centre. Les propostes de selecció i contractació de professorat les farà la Direcció d'ESCODI, amb el vist-i-plau del delegat de la Universitat de Barcelona. Es garanteix la publicitat del procés i la participació del delegat de la UB.

Personal acadèmic disponible

Respecte al quadre docent, ESCODI parteix d'un títol propi ja implantat, raó per la qual actualment disposa de professorat impartint docència. Juntament amb aquest quadre acadèmic existent, a mesura que es vagi implantant el grau, s'anirà incorporant professorat no permanent, provinent de les facultats de la Universitat de Barcelona que col·laboren amb la impartició del títol. (Economia i Empresa, Geografia i Història i Psicologia).

A partir d'aquest claustre de professorat inicial, s'estableix un Pla Estratègic i unes línies d'actuació en relació a l'adaptació de la plantilla. L'objectiu és disposar al final de l'implantació del títol, amb un percentatge de doctors a temps complert i acreditats, d'acord les directrius de la UB i la normativa vigent.

Previsió de personal acadèmic necessari:

Tenint en compte una càrrega de 240 crèdits docents, la previsió de professorat queda recollida a la taula següent:

Plantilla professorat	2015-2016 Implantació 1 i 2 curs	2016-2017 1,2 i 3 curs	2017-2018 Implantació total
Nombre professorat doctor a TC	1	2	4
Nombre professorat a temps parcial (dedicació 12 crèdits). Doctors	4	5	4
Nombre professorat a temps parcial (dedicació 12 crèdits). Llicenciats/Graduats		1	1
Nombre professorat a temps parcial (dedicació 6 crèdits). Doctors.	5	4	10
Nombre professorat temps parcial (dedicació 6 crèdits). Llicenciats/Graduats	3	7	11
TOTAL	13	19	30
Total professorat equivalent TC-	5	7,5	8,5
% Professorat equivalent TC	20%	26,6%	28,3%
% Professorat Doctor equivalent a TC	85%	73%	72%

Taula 1. Pla estratègic de la plantilla de professorat

En relació a la taula anterior, destacar que l'estratègia de selecció i contractació del professorat és incrementar el percentatge de professorat doctor a temps complert, per tal d'arribar a uns percentatges del 50% al curs 2017-2018. Per això, es seguirà una estratègia de desfragmentació de la docència, agrupant matèries i assignatures per àrees d'especialització.

La selecció i contractació de professorat en els anys que es detallen (2015-2018) està centrada en les dues estratègies principals que a continuació es descriuen:

-Es comptarà amb **personal acadèmic amb el títol de doctor, amb una gran implicació contractual i que combinarà l'activitat docent amb la investigadora**. Aquest perfil de professorat serà el que proporcionaran –d'entre el seu professorat no permanent- les facultats de la Universitat de Barcelona implicades en el títol de Grau en Comerç i Distribució (Facultat d'Economia i Empresa, Facultat de Geografia e Història i Facultat de Psicologia) i professorat d'ESCODI amb aquestes característiques. Aquest conjunt de professorat serà el que impartirà de forma majoritària les matèries de formació bàsica i les matèries obligatòries. Per a la incorporació d'aquest professorat es tindrà en compte tot allò que estableixi la normativa vigent, i especialment el conveni entre ESCODI i la UB, amb la sol.licitud, si fos el cas, de la preceptiva *venia docendi*.

-**Donada la forta vinculació d'aquest grau amb el sector del comerç i la distribució, es comptarà també amb personal acadèmic col·laborador i associat**. D'aquesta forma es procura que el conjunt de les assignatures optatives i determinades assignatures obligatòries específiques tinguin un vincle important amb la realitat professional actual que els estudiants es trobaran. En una proporció important aquest conjunt de professorat ja està impartint docència a ESCODI en el títol propi que s'extingirà.

Per l'inici de l'activitat docent en el grau el proper curs 2015-2016 (primer i segon curs) es comptarà amb:

* 1 Doctor amb dedicació a temps complert en Administració i Direcció d'Empreses (realitza activitats docents i investigadores de nivell amb experiència docent a l'àmbit universitari).

* 4 Doctors a temps parcial (dedicació de 12 crèdits) a les diferents àrees dels Mètodes Quantitatius aplicats a l'empresa, a l'àrea de Teoria Econòmica, en Dret comercial i empresarial, a més de l'àrea de Sociologia i les Tècniques d'Investigació Social. Tots ells realitzen activitats docents i investigadores de nivell amb experiència docent a l'àmbit universitari pel que fa als ensenyaments de les matèries de les àrees implicades.

* 5 Doctors a temps parcial (dedicació de 6 crèdits). Tots ells realitzen activitats docents i investigadores de nivell amb experiència docent a l'àmbit universitari pel que fa als ensenyaments de les matèries de Psicologia i d'Història Econòmica, Antropologia i Ciutat, Comerç i Distribució.

* 1 Llicenciada en Ciències Econòmiques i Empresarials i MBA (ESADE) (a l'actualitat professora del títol propi). Consultora especialitzada en comerç.

* 1 Llicenciada en Enginyeria Química. Màster en Gestió de l'empresa industrial (IQS). Consultora especialitzada Supply Chain. Professora universitària IQS, ESADE. Doctoranda IQS (URL).

* 1 Llicenciat en Psicologia (UAB). Consultor especialista en el sector. Professor en plantilla del centre adscrit. Professor universitari UAB. Doctorand en Psicologia (UAB).

Per a la implantació definitiva del Grau en els seus quatre cursos, el claustre de professorat respondrà a la següent estructura acadèmica:

* 4 Doctors a temps complert a les àrees d'Administració i Direcció d'Empreses, Sociologia, Tècniques d'Investigació social aplicades al mercat i al consum i a l'àrea de Geografia. Tots ells realitzen activitats docents i investigadores de nivell amb experiència docent a l'àmbit universitari pel que fa als ensenyaments de les matèries relacionades amb les seves àrees.

* 4 Doctors a temps parcial (dedicació de 12 crèdits) a les àrees dels Mètodes Quantitatius aplicats a l'empresa, Teoria Econòmica, Dret comercial i empresarial i Psicologia. Tots ells realitzen activitats docents i investigadores de nivell amb experiència docent a l'àmbit universitari pel que fa als ensenyaments de les matèries relacionades amb les seves àrees.

* 10 Doctors a temps parcial (dedicació de 6 crèdits) a les àrees d'Economia i Empresa, Dret i Psicologia. Tots ells realitzen activitats docents i investigadores de nivell amb experiència docent a l'àmbit universitari pel que fa als ensenyaments de les matèries d'Empresa (gestió econòmica i de l'empresa, control de gestió, legislació comercial i gestió immobiliària del comerç, tècniques de venda i gestió de persones, comerç exterior, empresa familiar. També, ètica i responsabilitat social corporativa, neuromarqueting i sociologia del consumidor.)

* Professorat no doctor a temps parcial (dedicació a 12 o 6 crèdits) amb un perfil de professionals del sector especialitat en el comerç i la distribució. Formaran part del claustre de professorat col·laboradors en el títol propi:

- Llicenciada en CCEE-Empresa (UAB). Directiva empresa de comerç. Doctoranda Economia (UB).
- Llicenciat Enginyeria Industrial (UPC) i PDD (IESE). Consultor especialitzat en comerç.
- Llicenciat en ADE. Executive MBA (EADA) i PDG (IESE). Conseller Delegat. Autor de llibres i articles professionals en Retail.
- Llicenciada CCEE i MBA (ESADE). Consultora especialitzada en comerç.
- Professional del Disseny. Empresari i Consultor.
- Llicenciat Publicitat i RRPP. Llicenciat en Antropologia social i cultural (UAB). Adjunt Gerent.
- Llicenciat Ciències Econòmiques (UAB). Directiu empresa. Consultor sector.
- Graduat Superior Comerç Internacional (ESCI/UPF). Consultor Màrqueting digital sector comerç.
- Llicenciada Enginyeria Química. Màster Gestió Empresa Industrial (IQS). Consultora especialitzada Supply Chain. Doctoranda IQS (URL).
- Llicenciat en Psicologia (UB). Responsable de l'àrea d'Empreses familiars de Barcelona Economia. Consultor RRHH. Exdirectiu RRHH.
- Llicenciat en Psicologia (UAB). Consultor especialista en el sector. Doctorant Psicologia (UAB).
- Llicenciat CC. Geològiques (UAB), MBA (ESADE) i PDD (IESE). Gerent Centre Comercial l'Illa Diagonal (Barcelona).

6.2.-Altre personal docent:

Tipologia	Funció	N
Ponents convidats (empresaris, directius, experts,...)	Il·lustrar amb casos reals els continguts del programa de les matèries impartides.	80
Orientadors acadèmics	Donar suport a l'estudiant a tot el Grau (elecció matèries, itineraris formatius,...)	3
Coordinador acadèmic titulació	Garantir la impartició del Grau i el seu seguiment.	1
Direcció acadèmica	Donar suport al professorat. Orientació de les assignatures i control de qualitat. Direcció del claustre.	3

7. PERSONAL D'ADMINISTRACIÓ I SERVEIS

El Grau en Comerç i Distribució s'impartirà a l'ESCODI, com escola adscrita a la Universitat de Barcelona. A la taula següent es detalla el personal d'administració i serveis disponible que es dedicarà al Grau:

Personal suport a la docència	Funció	Titulació	Categoria / Experiència professional	N
Consergeria	Atenció als usuaris de l'edifici que acull el centre universitari	Batxillerat	Conserge	2
Servei de copisteria	Impressió i fotocopies de documentació pels alumnes	FP Grau Superior	Oficial administrativa	1
Comunicació i premsa	Comunicació corporativa	Titulació universitària	Proveïdor extern > 20 anys	1
Community manager	Presència a les xarxes socials de la universitat	Titulació universitària	Professor associat >3 anys	1
Gestió acadèmica	Suport acadèmic a l'estudiant i professorat	Titulació universitària	Oficial administrativa >7 anys	2
Direcció acadèmica	Coordinació professorat i atenció alumnat	Titulació universitària	Responsable àrea >5 anys	1
Gerència del centre	Direcció centre universitari	Titulació universitària	Directora Gerent 27 anys	1

8. ESTUDI ECONÒMIC DEL COST D'ADSCRIPCIÓ I DE LA IMPLANTACIÓ DE LA TITULACIÓ

El següent pressupost recull el càlcul d'ingressos i despeses per la implantació del Títol Oficial de la UB "Grau en Comerç i Distribució" i l'extinció del Títol Propi de la UAB "Graduat en Direcció de Comerç i Distribució". Per coherència amb l'explicació donada en l'apartat 5 de Calendari d'implantació i extinció dels títols, i per acreditar la viabilitat econòmica del projecte, s'ha contemplat l'horitzó fins el curs 2019-2020.

GRAU EN COMERÇ I DISTRIBUCIÓ	EVOLUCIÓ PREVISTA COMPTE D'EXPLOTACIÓ (Amb amortitzacions)				
	Curs 15-16	Curs 16-17	Curs 17-18	Curs 18-19	Curs 19-20
INGRESSOS	546.819 €	709.989 €	991.937 €	1.213.628 €	1.211.628 €
Matrícules	488.319 €	649.989 €	923.937 €	1.123.628 €	1.101.628 €
Patrocinis i Convenis de pràctiques	58.500 €	60.000 €	68.000 €	90.000 €	110.000 €
DESPESES	606.047 €	686.439 €	818.649 €	924.699 €	994.811 €
Despeses de personal no docent	295.000 €	350.000 €	355.000 €	360.000 €	365.000 €
Despeses de personal Docent	210.000 €	220.000 €	320.000 €	325.000 €	330.000 €
Despeses de funcionament	40.000 €	42.000 €	45.000 €	47.000 €	50.000 €
Despeses d'estructura i serveis	35.000 €	36.000 €	42.000 €	49.000 €	49.000 €
Desenvolupament de la recerca *			3.500 €	78.500 €	136.000 €
Beques Fundació Escodi	8.500 €	15.000 €	20.000 €	25.000 €	25.000 €
Taxes i Drets UB (Es liquida el 16% del preu públic**)	17.547 €	23.439 €	33.149 €	40.199 €	39.811 €
Amortitzacions (Adequació espais i nous equipaments) en 10 anys)		7.500 €	7.500 €	7.500 €	7.500 €
Amortitzacions (Nova eina informàtica) en 4 anys)		8.750 €	8.750 €	8.750 €	8.750 €
RESULTAT (D'INGRESSOS -DESPESES- AMORTITZACIONS)	- 59.228 €	7.300 €	157.037 €	272.679 €	200.567 €

(*)L'import destinat al desenvolupament de la recerca anual serà del 50% del saldo positiu de l'exercici anterior.

(**) Càlcul de l'import de les Taxes en base a la liquidació del 16% del preu públic

Els principals criteris de confecció del pressupost es recullen a la pàgina següent.

A l'ANNEX 6 es recull el detall de les partides d'ingressos i de despeses curs pers curs.

8.1- Criteris de confecció del pressupost

El finançament de l'estudi prové principalment de les matrícules dels alumnes.

La viabilitat econòmica del Grau en Comerç i Distribució està garantida a partir del segon any de la seva implantació (curs acadèmic 2016_2017), tal com queda recollit al quadre de despeses i ingressos. Està previst dedicar a partir del tercer any, el saldo positiu a de l'exercici anterior a les següents activitats:

- Recerca i investigació: 50% del saldo positiu (inclou despeses de: personal de recerca, beques i ajuts a l'estudi i a la investigació, principalment)
- Recursos docents: el 50% restant es destinarà al reforçament de l'estructura i serveis (contractació d'alguns doctors en plantilla amb dedicació a temps complet, inversió en recursos docents i millora dels serveis a estudiants)

Els principals criteris que s'han tingut en compte per construir la projecció econòmica de la implantació del grau són:

INGRESSOS:

- **Ingressos per matrícula:** els que es deriven del nombre d'alumnes que ESCODI preveu matricular, segons la taula següent calculat a 89€ el crèdit més les taxes acadèmiques suplementàries (ambdues coses són a preus constants).

Calendari per cursos amb detall d'alumnes previstos per cursos:

	1r	2n	3r	4r	TOTAL ALUMNES/CURS
Curs 15-16	60	13	30		103
Curs 16-17	60	53	13		126
Curs 17-18	60	51	53	13	177
Curs 18-19	60	49	51	53	213
Curs 19-20	60	49	49	51	209

Llegenda:

TO: Títol Oficial UB

Adaptació de 2n curs de Títol propi UAB a Títol Oficial UB

TP: Títol propi UAB en extinció i impartició d'assignatures pendents per repetidors.

- **Donacions i convenis de col.laboració:** no s'ha comptat cap aportació de les administracions públiques. Només les aportacions de les empreses privades amb les que actualment ESCODI ja té conveni i una possible evolució positiva a partir del curs 17_18 en augmentar les possibilitats de col.laboració fruit d'haver-se consolidat ESCODI com a centre adscrit a la UB.

DESPESES:

- En el pressupost **s'inclou l'import corresponent a la liquidació econòmica a la UB de les matrícules per escoles adscrites**, segons el Decret de Preus que estableix la Generalitat de Catalunya.

- **Contractació professorat acadèmic:**

* La contractació de professorat per part d'ESCODI és majoritàriament en règim mercantil. Amb tot a partir del curs 17-18, s'han incorporat els costos d'incorporació a plantilla de 3 nous doctors a temps complert.

* S'ha previst un sobrecost de docència per als primers anys d'implantació del títol oficial, especialment en previsió de possibles necessitats per atendre els estudiants de segon curs –o repetidors d'assignatures de segon- que havien començat primer amb títol propi.

- **Adequació dels espais** que ESCODI té actualment, per atendre l'augment del nombre d'alumnes i la prestació adequada dels serveis acadèmics. No s'ha contemplat el cost del propi edifici, ja que es una cessió gratuïta d'us feta per l'Ajuntament de Terrassa en la carta fundacional d'ESCODI.

- Està previst dedicar a partir del tercer any, el saldo positiu a de l'exercici anterior a les següents activitats:

Recerca i investigació: 50% del saldo positiu (inclou despeses de: personal de recerca, beques i ajuts a l'estudi i a la investigació, principalment)

Recursos docents: el 50% restant es destinarà al reforçament de l'estructura i serveis (contractació d'alguns doctors en plantilla amb dedicació a temps complert, inversió en recursos docents i millora dels serveis a estudiants)

SI S'ANALITZA PER CURSOS:

Curs 2015_16: amb un total de 103 alumnes, ESCODI inicia la implantació del Títol Oficial a primer i segon amb l'adaptació del títol propi a títol oficial als alumnes que cursaran el segon curs (amb l'increment de la despesa de professorat que també te afegit el fet d'haver d'impartir assignatures als que no ho hagin aprovat tot el curs anterior). També es preveu una major despesa en difusió per introduir el logotip de la UB a tot el material imprès i cartelleria d'ESCODI.

Curs 2016_17: donada la previsió d'increment dels alumnes serà necessari realitzar l'adequació d'espais i nous equipaments a inicis del 2016, amb un pressupost de 75.000€ amortitzables en 10 anys i una nova eina informàtica de gestió, amb un

pressupost de 35.000€ amortizable en 4 anys. Aquestes despeses es reflexen en el quadre econòmic amortitzades.

La previsió de tancament de l'exercici és de saldo positiu.

Al curs 2017_18 amb una previsió total de 177 alumnes, amb el Grau implantat completament, s'incorporaran a la plantilla de professorat 3 doctors per docència i recerca, incrementant-se la despesa de nòmines i seguretat social. La recerca tindrà una partida econòmica del 50% del benefici de l'exercici anterior, si es compleix la previsió de tancament. En aquest curs es preveu que els patrocinis i convenis de col.laboració creixin de forma esglaonada i constant als propers anys.

Al curs 2018_19 els alumnes totals previstos serien uns 213. El pressupost calculat en base als quatre cursos del Grau ja implantats completament i tindriem el procés finalitzat i la base del càlcul de pressupost per als propers anys. El saldo positiu acumulat resultant, premetra consolidar la relació laboral amb el professorat més estratègic, abordar nous projectes docents i de recerca aplicada al sector del comerç.

9. EMPLAÇAMENT DEL CENTRE, EDIFICIS I INSTAL·LACIONS EXISTENTS

ESCODI té la seva seu a l'**Edifici Vapor Universitari**, situat a la ciutat de Terrassa (carrer Colom 114- 08223 Terrassa) . Aquest edifici va ser inaugurat al 1995 i és compartit amb diferents entitats universitàries i de recerca, tenint espais propis i espais comuns.

L'edifici del Vapor Universitari, situat al barri universitari de la ciutat, és propietat de l'Ajuntament de Terrassa a través de l'empresa municipal, Foment de Terrassa S.A., que a gener de 2015 ha absorbit l'antiga societat Vapor Universitari S.L., i està molt ben connectat amb transport interurbà per les línies de RENFE i FFGG amb freqüències de 10 minuts.



Les entitats amb les que ESCODI comparteix l'edifici es detallen a continuació:

PLANTA BAIXA

- Fundació d'Estudis Internacionals (FIAC)
- Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
- TERRASSA, Escola Municipal d'Art
- Centre Català del Plàstic (CCP)
- Associació Educativa Can Palet

PLANTA 1a

- UNED
- Escola Superior de Comerç i distribució (ESCODI)
- Col·legi d'Aparelladors
- Col·legi d'Arquitectes
- Consorci per la Normalització lingüística (CPNL)

PLANTA 2a

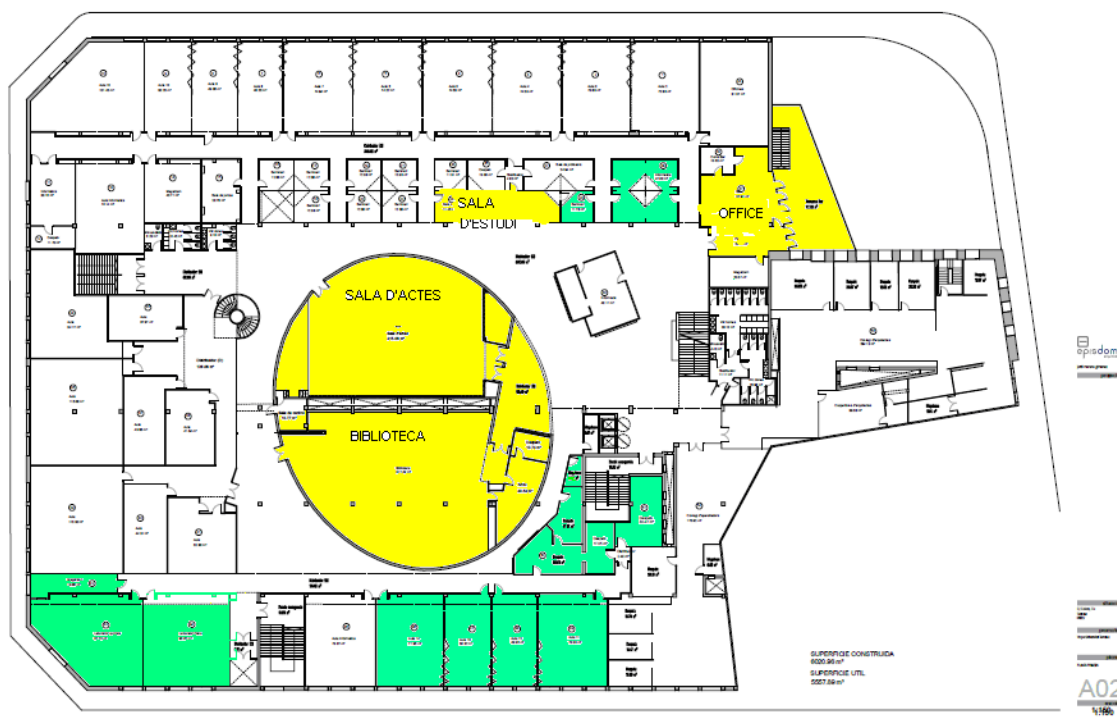
- CECOT
- Direcció Vapor Universitari S.L.

L'edifici té 13.647,49 m2 construïts, repartits en tres plantes:

- PLANTA BAIXA (m2 superfície construïda 6.010,20 + 333,29 m2 plaça)
- PLANTA 1a (m2 superfície construïda 6.020,96)
- PLANTA 2a (M2 superfície construïda 1.616,33)

i com espais comuns disposa de sala d'actes per a 300 persones, sales d'estudi, biblioteca, office, etc.

Les instal·lacions d'ús exclusiu d'ESCODI estan assenyalades en verd al plànol següent i sumen un total de 615m2 totals, que sumats als espais d'ús comú, assenyalats en groc: office, sala d'actes, sales d'estudi, biblioteca i resta de zones comunes fan un total de 2.060m2:



A l'actualitat, l'edifici disposa d'espai lliure que garanteix les possibilitats de creixement d'ESCODI. A la carta fundacional d'ESCODI l'Ajuntament de Terrassa es va comprometre legalment a la cessió gratuïta i per temps indefinit dels espais que fos precís i necessari per al desenvolupament de l'activitat d'ESCODI.

RECURSOS MATERIALS I SERVEIS:

Recursos per a l'activitat docent:

*6 Aules per a classes teòriques i pràctiques: la capacitat mínima de les aules de teoria és de 40 persones i pot acomodar fins a grups d'alumnes de 60-80. Les aules estan equipades amb wifi, pissarra, pantalla i projector i ordinador amb accés a internet i sistema d'àudio incorporat.

* Aula d'informàtica

* Seminaris, destinats a activitats docents amb grups reduïts.

* Sala de tutories

Recursos de lliure utilització pels alumnes i el personal acadèmic :

* Sala d'estudi i treball en grup

* Sala d'informàtica

* Sala de professors

* Biblioteca

* Altres espais : Sala de reunions , Menjador - office i Sala d'Actes . Aquesta última amb capacitat per a més de 300 persones , dotada d'ordinador amb connexió a Internet i projector . A més , està preparada per poder celebrar videoconferències .

Serveis que el centre posa a disposició dels estudiants i el personal acadèmic per assolir els objectius del pla d'estudi com :

* Infraestructura tecnològica (xarxa de comunicacions , wifi, programari específic).. Aquest servei és proporcionat per l'Ajuntament de Terrassa , a través de la seva oficina tècnica informàtica .

* Recursos documentals (servei de préstecs de fons propis i préstec interbibliotecari , accés a repositoris de documents electrònics propis i als recursos contractats de manera consorciada pels serveis bibliotecaris de les universitats catalanes) :

- Accés a la Biblioteca de 318m2, ubicada al mateix edifici del Vapor Universitari, en el que es situa ESCODI. La Biblioteca està situada en el primer pis de l'edifici amb accés pel hall principal. Aquest servei ha estat prestat fins ara per la UNED a totes les entitats universitàries ubicades al mateix edifici, les quals tenien dipositat el seu fons bibliogràfic propi en aquest espai. Recentment per restructuració de la UNED ha interromput aquest servei i s'està treballant per restablir-ho. No obstant ESCODI garanteix la prestació d'aquest servei i de l'accés al fons bibliogràfic propi.

- Accés a serveis bibliotecaris generals de la Universitat de Barcelona.

- Accés a fons documentals d'entitats externes amb les que hi ha una vinculació institucional :

-*Associació Espanyola Multisectorial de fabricants i distribuïdors , AECOC* : l'escola va signar un conveni de col·laboració AECOC - Universitat el 2013 per tal que tota la comunitat universitària (professorat , alumnes) pugui accedir al campus virtual d'AECOC i descarregar-se els documents i materials de consulta que es considerin pertinents .

-*Accés al grup de linkedin Retail Meeting Point* , grup professional tancat a què tenen accés especial els estudiants d'ESCODI. Això els permet accés a informes sectorials, documents, fòrums de debat i networking professional .

* Servei de copisteria : el centre posa a disposició dels estudiants un servei de copisteria durant el curs , de dilluns a divendres .

* Les instal·lacions d'ús dels estudiants es troben a l'edifici del Vapor Universitari , situat al carrer Colom de Terrassa .

Convenis :

ESCODI té signats convenis de cooperació educativa amb empreses i institucions , amb l'objecte que els estudiants puguin realitzar pràctiques externes . Aquests convenis garanteixen que les entitats col·laboradores disposen dels mitjans materials i serveis necessaris per al desenvolupament de les activitats formatives planificades i els conviden a participar a les seves a les jornades, com per exemple: COMERTIA (Associació catalana de l'empresa familiar del retail), ANCECO (Asociación Nacional de Centrales de Compras y Servicios) AECOC (Asociación multisectorial de fabricantes y distribuidores) i el Col·legi d'Economistes de Catalunya i el seu grup de treball de Retail.

Servei de manteniment :

L'edifici en el qual es troba ESCODI disposa d'un servei de manteniment encarregat de la conservació de les infraestructures presents al seu campus , inclosos els immobles i instal·lacions . Aquest servei és proporcionat pel Centre d'Assistència Tècnica (CAS) de l'Ajuntament de Terrassa .

Previsió d'adquisició dels recursos materials i serveis necessaris:

Segons consta en l'acord fundacional de l'entitat , ESCODI és qui avala el pla d'utilització dels espais necessaris per a la impartició del grau . Per aquest motiu , s'ha realitzat una previsió dels recursos que s'aniran incorporant al centre universitari , un cop iniciat el Grau . Principalment aquests recursos tenen a veure amb :

* Ampliació del fons documental d'ESCODI i restablir el servei de Biblioteca. Aquest espai contindrà els fons bibliogràfics existents i futurs i serà accessible per a tots els estudiants .

* Adquisició de pissarres electròniques per equipar cadascuna de les aules docents d'ESCODI . Així mateix, s'ha previst l'ampliació d'espais habilitats com seminaris amb connexió a Internet .

Documentació que s'adjunta:

-Acreditació del dret del titular del centre sobre l'edifici.

S'adjunta com ANNEX 3 part de la carta fundacional d'ESCODI on es recull el dret.

-Plànols d'emplaçaments i superfícies, usos i capacitats

S'adjunten com ANNEX 4 , els plànols de l'edifici: plantes i alçats (els inicials o antics i els nous amb la remodelació dels espais per canvis de distribució), i plànol d'evacuació.

-Llicència d'activitats

S'adjunta com ANNEX 5 , la llicència d'activitats de l'edifici emesa per l'Ajuntament de Terrassa.

10. ORGANITZACIÓ I FUNCIONAMENT DEL CENTRE DOCENT

Adjuntem la proposta de Reglament de Centre que ESCODI procedirà a elevar als seus òrgans de govern un cop hagi rebut el vistiplau dels serveis jurídics de la UB

10.1 Proposta de Reglament de Centre ESCODI (4-2-15)

REGLAMENT DE L'ESCOLA SUPERIOR DE COMERÇ I DISTRIBUCIÓ, ESCODI.

CAPÍTOL I

Denominació, naturalesa, i objectius

Article 1. Denominació i Naturalesa

ESCODI, ESCOLA SUPERIOR DE COMERÇ I DISTRIBUCIÓ, escola adscrita a la Universitat de Barcelona, UB, és una entitat sense ànim de lucre, que té la naturalesa de Fundació pública de caràcter docent, i va ser creada l'any 2000 per l'Ajuntament de Terrassa, el Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya i la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa

Tal i com van fer constar expressament a la Carta Fundacional les entitats fundadores, l'oferta de formació reglada de caràcter universitari per al sector del comerç i la distribució, és un dels objectius estratègics d'ESCODI, en considerar la formació superior un element estratègic per a la innovació i la millora de la competitivitat del sector del comerç.

Article 2. Règim jurídic

L'Escola té personalitat jurídica pròpia i gaudeix de plena capacitat jurídica i d'obrar per l'atorgament de la seva carta fundacional en escriptura pública i la inscripció en el Registre de Fundacions de la Generalitat de Catalunya.

L'Escola es regeix per:

- les declaracions contingudes a la carta fundacional i els seus estatuts;
- les disposicions legals que li són d'aplicació en tant que fundació i en tant que escola universitària;
- la normativa que afecti els estudis universitaris i altres reglats que pugui impartir ESCODI;
- el conveni d'adscripció a la Universitat de Barcelona;
- el present reglament de regim interior;
- i pels acords que tot interpretant o desenvolupant els anteriors adoptin legalment els òrgans de govern i direcció d'ESCODI en l'exercici de les seves funcions.

Article 3. Activitat principal

L'activitat principal de l'ESCODI es la formació superior especialitzada en comerç, i distribució en qualsevol de les seves formes i modalitats. Pot realitzar també altres activitats complementàries, com l'edició de material bibliogràfic o audiovisual amb finalitats pedagògiques o culturals; l'organització de conferències i jornades sobre temes d'interès pel

sector del comerç i la distribució; la realització d'estudis; activitats de recerca científica i transferència de coneixement, etc., sempre que aquests serveis siguin complementaris amb l'activitat principal de l'ESCODI, afavoreixin la generació de coneixement i contribueixin al posicionament de l'entitat com a centre de formació de referència del sector del comerç i la distribució.

Pel que fa a la recerca, ESCODI té la voluntat de destinar-hi recursos econòmics i humans de manera creixent, i de treballar per a la captació de fons complementaris i per a l'establiment d'acords amb diferents departaments de la UB i grups de recerca reconeguts.

Article 4. Activitat benèfica

En tant que Fundació, ESCODI manté també una activitat benèfica en forma de convocatòria anual de beques. En aquest sentit, és voluntat de la Fundació en relació a l'alumnat universitari d'ESCODI - UB, establir els mecanismes necessaris per tal que ningú amb vocació i talent quedi exclòs de poder estudiar, per manca de recursos econòmics.

CAPÍTOL II Organització i funcionament

Els òrgans de representació i gestió de l'ESCODI son:

- **Òrgans col·legiats:** El Patronat i el Comitè Executiu de la Fundació, la Junta d'ESCODI, el Claustre de professorat, i el Consell de Delegats de curs.
- **Òrgans unipersonals:** el Gerent de la Fundació, el Director del centre, el Coordinador de titulació i el Delegat de la UB.

ORGANS COL·LEGIATS

Article 5. El Patronat

El Patronat és el màxim òrgan de govern i d'administració de la Fundació ESCODI, la representa i gestiona, n'aprova els pressupostos i assumeix totes les facultats i funcions necessàries per a la consecució dels fins fundacionals.

El Patronat és un òrgan col·legiat integrat per un mínim de 9 persones físiques (tres persones per cada una de les tres entitats fundadores), i en el qual la Universitat de Barcelona hi tindrà 1 representant amb l'estatus legal de patró.

Article 6.- El Comitè Executiu

El Comitè Executiu és l'òrgan permanent de govern i administració de l'ESCODI, amb les més amplies facultats en l'ordre jurídic i econòmic, llevat de les reservades, pel seu caràcter de legalment indelegables, al Patronat. *El componen 5 membres: tres vocals nomenats per cada una de les tres entitats fundadores, el President nomenat per l'entitat que presideix el Patronat, i el Secretari, que ho és el Gerent de la Fundació.*

El Comitè Executiu, actua també de jurat en la resolució de la convocatòria anual de beques de la Fundació ESCODI adreçades als seus estudiants universitaris.

Article 7.-La Junta d'ESCODI

La Junta d'ESCODI és l'òrgan col·legiat de govern de l'escola Universitària adscrita a la UB

La Junta d'ESCODI la componen:

- El Gerent de la Fundació
- El Director de centre
- El Coordinador de titulació
- Quatre representants del claustre de professorat,
- Dos representants dels alumnes d'ESCODI
- Un representant d'ESCODI amb caràcter no docent
- Tres representants escollits per la UB entre els quals hi haurà necessàriament el Delegat de la Universitat.

La junta es reunirà com a mínim un cop per semestre per convocatòria ordinària. El Director pot convocar-la amb caire extraordinari sempre que ho cregui oportú o així ho demani un terç dels seus membres.

Les funcions de la Junta d'ESCODI són:

- a) Garantir el funcionament general de l'escola universitària
- b) Aprovar les directrius de política docent i elevar-les al Patronat
- c) Aprovar la selecció i contractació del professorat a proposta de la Direcció i amb el vistiplau del Delegat de la UB a ESCODI.
- d) Avaluar la programació general del curs i proposar les millores acadèmiques, de difusió o de gestió que consideri necessàries, incloent la reforma del Reglament de Règim Interior.
- e) Proposar modificacions de plans d'estudis, o nous programes.
- f) Tramitar i resoldre els expedients disciplinaris que s'incoïn a alumnat, professorat o personal d'administració i serveis. En aquest aspecte la Junta d'ESCODI es regirà pel règim disciplinari de la UB i pel present reglament de règim interior, i contra les seves resolucions es podrà interposar recurs davant el Comitè Executiu i el Patronat de la Fundació.

Article 8.- El Claustre de professorat

El claustre és l'òrgan col·legiat de participació del professorat i la resta de la comunicat educativa en el govern del grau impartit per ESCODI.

Formen part del claustre la direcció del centre, el coordinador de titulació, tots els professors del grau i un representants del personal d'administració i servei d'ESCODI.

El claustre es reuneix en sessió ordinària cada semestre, convocat per la direcció del centre, i amb caràcter extraordinari sempre que ho demani un terç dels seus membres.

Article 9.- El Consell de delegats de curs

El Consell de delegats de curs és la reunió dels delegats de cada curs d'una determinada titulació amb el Coordinador de titulació i la Direcció del centre. Es reuneixen ordinàriament 1 cop per trimestre. D'aquestes reunions se n'aixeca acta per facilitar el seguiment i compliment dels acords.

ORGANS UNIPERSONALS

Article 10.—Gerent de la Fundació.

El nomenament és potestat del Patronat de la Fundació ESCODI, d'acord al que preveuen els estatuts de la fundació i la legislació vigent sobre fundacions.

Seràn funcions del Gerent totes aquelles que es recullen en els estatuts de la Fundació, i que s'engloben en la gestió econòmica i organitzativa de l'ESCODI; el compliment dels fins fundacionals i els acords dels òrgans de govern; supervisar i/o participar en el disseny dels productes i serveis de la Fundació, etc, contractant l'assessorament extern que sigui necessari, sempre dins dels paràmetres del pressupost que hagi aprovat el Patronat i el conveni d'adscripció amb la Universitat de Barcelona en allò que pertoqui.

Article 11.-El Director de centre

Serà nomenat pel rector de la Universitat de Barcelona a proposta del Patronat, i d'acord als requisits previstos al conveni d'adscripció i normativa vigent.

Són funcions del director:

- Dur a terme el control acadèmic de l'ESCODI en tant que escola universitària adscrita a la UB, juntament amb el delegat de la UB
- La gestió ordinària i l'administració de l'escola adscrita, sota els criteris dels òrgans de govern de la Fundació ESCODI i el Gerent, amb el suport de la Junta d'ESCODI i el coordinador de titulació.
- Convocar la Junta de Centre i el claustre de professorat, i vetllar per l'execució i/o elevació dels acords als òrgans pertinents.
- Presentar la proposta de pressupost de l'escola per a l'any següent, i l'informe de gestió econòmica de l'exercici anterior, per a la seva aprovació al Patronat.
- Representar l'escola i actuar en el seu nom, rendir comptes davant de la Gerència i els òrgans de govern de la Fundació, i quan pertoqui, davant la Junta d'ESCODI i el Delegat de la UB
- Vetllar pel compliment de tot allò previst en el present reglament i a la guia de l'estudiant per tal de garantir el bon funcionament del centre
- Elaborar la Memòria d'activitat del centre i sotmetre-la al delegat de la UB.

Article 12.- Coordinador de titulació

El Coordinador de titulació serà nomenat per ESCODI a proposta del Director i la Junta de centre. Son funcions del coordinador:

- La secretaria dels Claustres de Professors i dels Consells de Delegats de curs, donant suport a la Direcció pel compliment dels acords.
- La planificació en el temps i els espais docents, elaborant horaris i distribuint els grups i les aules d'acord a la programació.
- La coordinació general de tota l'activitat acadèmica del grau corresponent.
- La supervisió i seguiment de l'ús del material físic, informàtic o audiovisual necessari
- La supervisió i implantació dels criteris fixats pel Claustre sobre avaluació i qualsevol altre aspecte de coordinació acadèmica.
- L'exercici de la funció de tutor dels alumnes, responsabilitzant-se de l'orientació acadèmica dels mateixos i del seguiment global del seu procés acadèmic.

Article 13.- Delegat de la UB a ESCODI

El delegat de la UB a ESCODI el nomena el rector d'entre el professorat doctor amb vinculació permanent a la UB i esdevé membre nat de la Junta de d'ESCODI.

Exercirà les funcions al centre per delegació del rector i la seva missió principal és garantir l'adequació de l'activitat acadèmica i docent del centre a la normativa vigent i als índexs de qualitat de la UB, així com mantenir la relació permanent entre ESCODI i la UB, que es vehicula de manera ordinària a través del vicerectorat responsable dels centres adscrits.

En l'exercici d'aquestes funcions, correspon al delegat:

- Verificar l'aplicació dels criteris d'accés i admissió dels estudiants a l'ensenyament del Grau en Comerç i Distribució, així com altres estudis que la UB pugui aprovar.
- Participar en els procediments de selecció del personal docent, juntament amb la Gerència i Direcció d'ESCODI, d'acord al que preveu la legislació vigent i el conveni d'adscripció entre ESCODI i la UB.
- Participar com a vocal nat a les reunions de la Junta d'ESCODI i vetllar, quan sigui pertinent, per l'adequació a la normativa de la UB dels acords que s'hi prenguin.
- Emetre un informe anual de la tasca docent d'ESCODI per presentar-lo al Departament competent de la Generalitat de Catalunya en matèria d'universitats amb el vistiplau del rector de la UB.
- Emetre un informe sobre la memòria d'activitats del centre.
- Visar les actes de qualificacions de les assignatures del pla d'estudis i signar les certificacions acadèmiques.
- Totes les altres funcions que expressament li atribueixin la normativa vigent, l'Estatut de la UB i el Reglament del centre.

CAPÍTOL III Dels estudiants i alumnat

Article 14.- Els estudiants

Tindran la consideració d'estudiants alumnes d'ESCODI aquelles persones que hagin formalitzat la matrícula d'acord a la normativa vigent i terminis establerts per a cada curs, incloent les obligacions de pagament per les vies i terminis que correspongui.

Article 15.- Canals de comunicació de l'Alumnat amb ESCODI

A banda de la informació que ESCODI lliura en la Guia de l'Estudiant, l'alumnat disposa dels següents canals de comunicació:

- Secretaria-Gestió Acadèmica
- Campus virtual
- Tutories individuals amb el professorat de cada assignatura
- Reunions individuals amb el Coordinador de la titulació.
- Reunions periòdiques dels delegats de curs amb la direcció del centre.
- Tutories grupals amb la coordinació de la titulació.

Article 16.- Òrgans de representativitat de l'alumne

La figura del Delegat/a de curs és l'òrgan de representació dels alumnes davant el Consell de Delegats i la Direcció del centre. Cada promoció escollirà els seus representants a l'inici del curs (fins a un màxim de dues persones). La funció principal d'aquesta figura és vetllar pels interessos col·lectius de la classe-grup.

Article 17.- Drets i deures

Sens perjudici del que estableixi la legislació vigent, a començament de cada curs ESCODI posa en coneixement de l'alumnat, el professorat i el personal no docent, la Guia de l'Estudiant, on es recull el detall dels drets i deures dels estudiants, i les normes comuns per les que es regirà el professorat en el funcionament de les respectives assignatures, amb l'objectiu d'afavorir la bona organització i funcionament del centre docent, i la bona convivència entre els col·lectius que el componen.

CAPÍTOL IV Professorat i organització acadèmica

Article 18.-Professorat

El professorat és el responsable de les diferents assignatures que imparteix, i comparteix la responsabilitat global de la tasca educativa de ESCODI. El professorat tindrà la titulació exigida per la Llei Orgànica d'Universitats i les normes que la desenvolupen exigeixen per als centres universitaris públics homòlegs.

La selecció i contractació de professorat l'aprovarà la junta d'ESCODI a proposta de la Direcció i amb el vistiplau del delegat de la UB a ESCODI. Es garanteix la publicitat del procés i la participació del delegat de la UB; i, llevat que aquest es manifesti en sentit contrari, es considera que qui superi el procés de selecció corresponent, té atorgada l'autorització del rector (*venia docendi*) per impartir docència al centre.

El professorat està obligat a complir amb la dedicació presencial i no presencial compromesa dins de la programació de les seves assignatures, les tutories, i les reunions del claustre i de l'organització general d'ESCODI.

El professorat podrà tenir amb ESCODI relació laboral o relació mercantil, i les condicions contractuals del professorat es regeixen pel que determini ESCODI i no suposen cap tipus de vinculació laboral amb la UB.

Article 19.- Organització de les assignatures

ESCODI organitza els estudis d'acord amb les directrius i normatives pròpies de la Universitat i el pla d'estudis aprovat pel Consell de Govern de la UB, i segueix el procés de verificació i autorització que determina la normativa vigent.

CAPÍTOL VI

Regim Econòmic Matrícula, beques i altres ingressos

Article 20.- Règim econòmic

La Direcció del centre elaborarà anualment un pressupost equilibrat en els seus ingressos i despeses, que s'ha de trametre a la Gerència de la UB per a què el revisi, i serà sotmès al pertinent procés d'aprovació pels òrgans de govern d'ESCODI.

Aquest pressupost preveurà necessàriament una partida suficient per abonar a la UB el percentatge dels preus per crèdit que anualment determina el Decret de la Generalitat de Catalunya pel qual es fixen els preus dels serveis acadèmics a les universitats públiques de Catalunya. Per a la resta de conceptes que cal abonar (expedició de títols, despeses de matrícula entre d'altres), el centre abonarà el 100% del preu que s'estableix en el Decret esmentat.

La liquidació dels conceptes anteriors a favor de la UB es portarà a terme d'acord amb els procediments i terminis establerts per la Universitat. Aquesta liquidació s'ha de presentar a la Gerència de la UB per a la seva validació.

Per tal de poder fer ús dels serveis de suport a la docència i a la recerca, ESCODI abonarà a la UB la quantitat econòmica que s'acordi entre les parts, tot aplicant la normativa vigent.

Article 21.- Pagament de la matrícula

ESCODI informa l'alumnat i estudiants de nou accés, de les dates de matrícula, així com les vies de tramitació i els terminis en que s'ha de fer efectiu el pagament de la mateixa. Els alumnes poden sol·licitar el fraccionament de la matrícula mitjançant el préstec FINAN que gestiona l'AGAUR (Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca).

Article 22.- Beques- Préstec ESCODI

Els alumnes poden gaudir de les beques-préstec a l'estudi que concedeix la Fundació ESCODI. Les bases són publicades cada any a la web d'ESCODI i a la Guia de l'Estudiant. La concessió d'aquesta beca és compatible amb altres beques i ajuts que l'alumne pugui aconseguir, sempre i quan la suma d'elles no superi l'import de la matrícula.

Article 23.- Anul·lació de matrícula

L'anul·lació de matrícula no requereix cap justificació. S'haurà de presentar una sol·licitud a la Secretaria d'ESCODI en els terminis fixats en el calendari acadèmic-administratiu de la UB. La concessió o denegació correspon a la direcció d'ESCODI i el delegat de la UB i es pot recórrer davant la Junta de Centre. Pel que fa a la permanència, l'anul·lació de matrícula té la mateixa consideració que si l'alumne no s'hagués matriculat. Si l'anul·lació es fa dins de l'esmentat calendari, l'import que es retornarà en concepte d'anul·lació de matrícula serà l'import íntegre menys el preu públic de la mateixa.

Article 24.-Altres ingressos

Per la seva pròpia naturalesa, la Fundació ESCODI rep donacions d'empreses i entitats per a esser aplicades a beques i recursos docents de l'escola universitària adscrita a la UB.

Es voluntat de la Fundació treballar especialment per a la captació de fons públics i privats que puguin ser destinats a la recerca aplicada al sector del comerç i la distribució, així com a la divulgació i transferència de coneixement a les empreses del sector.

11. COMPROMÍS MANTENIMENT CENTRE ADSCRIT EN FUNCIONAMENT

Per la naturalesa de les entitats fundadores d'ESCODI (la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Terrassa i la Cambra de Comerç de Terrassa), la garantia de disposició de les instal·lacions de l'edifici Vapor Universitari de Terrassa –compromesa en la Carta Fundacional d'ESCODI- i els objectius fundacionals que es van marcar les entitats fundadores en la pròpia carta fundacional i els estatuts d'ESCODI, està legalment i expressament recollida la seva voluntat de permanència i el caràcter estratègic que es conferia a l'objectiu d'assolir la implantació de formació de rang universitari per al sector del comerç i la conseqüent adscripció d'ESCODI a la Universitat de Barcelona.

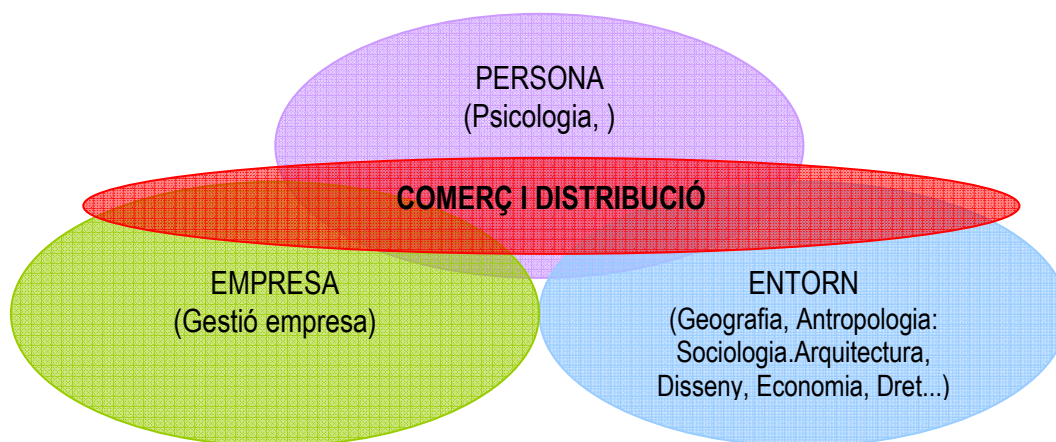
Això i la implicació activa de les entitats abans esmentades, en especial la Generalitat i l'Ajuntament de Terrassa, sumat al fet que ESCODI té un reconeixement i notorietat creixent entre les empreses del sector i està progressant cap a l'autofinançament, garanteixen el compromís de manteniment del centre adscrit en funcionament.

En referència a l'autofinançament, és un dels objectius de l'ESCODI el no dependre de recursos públics. Com a exemple d'això val esmentar que malgrat la crisi, a la liquidació del pressupost de 2013 l'autofinançament ja era d'un 80% i al pressupost del 2015 ja és preveu que el 90% dels ingressos d'ESCODI vinguin del mercat (matrícules i donacions d'empreses) i nomès el 10% provinguin de subvencions públiques de les entitats membres del Patronat d'ESCODI.

12. ESTRUCTURA PER AL DESENVOLUPAMENT DE LA RECERCA

Tal com s'ha recollit a la introducció, la visió que ESCODI té del seu paper i aportació a la societat i al sector del comerç en particular és la del quadre que es recull a la pàgina 4 de la present memòria (contribuir a la competitivitat del sector formant talent i persones, i fent transferència de coneixement al sector en base a una activitat de recerca).

Per altra banda, el sector del comerç tradicionalment ha actuat per intuïció i costums adquirides, però l'actual entorn de globalització i increment de la competència requereix de les empreses el desplegament d'estratègies i processos de decisió basats en el coneixement científic que està dispers en les àrees de la següent figura:



Això dona noves oportunitats de recerca, i recerca aplicada, fins i tot de manera transversal, amb àrees del coneixement que fins ara no s'havien connectat. Aquí ESCODI aporta el coneixement del sector i el contacte amb les empreses, i la UB el coneixement científic i l'experiència en processos de recerca bàsica i aplicada.

Objectius de la recerca:

En el camp de la recerca, ESCODI es planteja col·laborar de forma estreta amb l'empresa. Aquesta cooperació aporta aspectes clarament positius:

* Dona **noves oportunitats de recerca i producció científica** als professors i catedràtics universitaris que vulguin aplicar el seu camp de coneixement amb un nou enfoc cap al sector del comerç i el consum.

* La forta connexió d'ESCODI i les entitats del seu Patronat amb el món empresarial del nostre país permet la **captació de fons econòmics privats per la recerca**.

* Aquesta implicació de les empreses és molt positiva, ja que assegura la **transferència del coneixement** que es genera, i permet plantejar estudis i projectes que ajudin a innovar i a trobar solucions als reptes de les empreses del nostre país, apropant la Universitat a l'Empresa.

Estructura per a la recerca:

El claustre de professorat acadèmic del Grau en Comerç i Distribució combina dos perfils docents: per una banda, professorat acadèmic, amb experiència docent i competències per a la recerca en ciències socials. Per una altra, professorat col.laborador amb un perfil professional clarament orientat al sector del comerç i la distribució. Aporten el seu coneixement i experiència en la realitat del sector.

La relació d'ESCODI amb el món empresarial ve des dels seus inicis com a escola especialitzada en la formació per al sector del comerç. En esdevenir escola universitària, ESCODI ha intensificat aquesta relació amb empreses que contribueixen al fons de beques per als estudiants universitaris, recursos docents, acolliment de pràctiques i visites dels estudiants, aportació de ponents convidats, oportunitat de fer treballs reals per a les assignatures, etc. Fins i tot algunes de les empreses patrocinadores ho són perquè compten amb ESCODI per als seus programes de captació de talent, i esperen en un futur poder comptar amb l'escola com a centre de generació de coneixement científic aplicat al sector.

Línies futures d'acció:

- **Constitució d'un grup de recerca emergent en temes de comerç i retail.** Els anys d'impartició del títol propi ha permès posar les bases per a poder desenvolupar el Pla de Recerca a ESCODI, incorporant al claustre de professorat professors doctors i/o doctorands. A més, la incorporació de nou professorat durant els dos primers anys d'impartició del grau permetrà formar un grup de recerca emergent especialitzat en temes de comerç.

-**Fixació de les línies de recerca estratègiques.** Durant els anys d'impartició del títol propi, ESCODI ha identificat diferents línies de recerca estratègiques per al sector, i en les quals algunes empreses han mostrat predisposició a invertir.

Aquestes línies tenen a veure amb:

- coneixement de patrons de comportament huma davant de determinats estímuls sensocials i en diferents entorns físics urbans i comercials.
- coneixement del consumidor,
- millora dels processos interns de l'empresa de comerç,

- gestió de persones, aplicació de tècniques de joc a la gestió d'indicadors comercials
- Identificació d'oportunitats d'innovació basades en les noves tecnologies
- Identificació de valors socials emergents,
- Prospectiva
- Identificació dels factors d'èxit i bones pràctiques en empreses de comerç
- Etc.

- **Establiment de relacions institucionals amb universitats i centres de recerca internacionals.** En aquest sentit, al 2012 es va fer una primera visita institucional a la Universitat de Stirling (Escòcia, www.stir.ac.uk/management/about/retail-studies) per tal d'identificar acords de col·laboració entre ambdues entitats. La Universitat de Stirling és un referent europeu a nivell de retail. Té estudis de grau i postgrau sobre la matèria. Els primers acords presos han estat: possibilitar que els estudiants que es graduen a ESCODI puguin accedir als màsters en Retail que imparteix la Universitat de Stirling e identificar línies de recerca conjuntes.

En aquesta línia i, per tal de facilitar la participació d'ESCODI en foros internacionals de recerca en comerç s'han iniciat els tràmits per la incorporació d'ESCODI a la European Association for Educational and Research in Commercial Distribution (EAERCD). Aquesta associació es va crear al 1990 amb el propòsit de facilitar el contacte i intercanvis entre investigadors i docents en temes de distribució comercial. Aquesta incorporació permetrà a ESCODI consolidar les relacions amb altres grups de recerca internacionals, assistir a Congressos i Esdeveniments científics d'interès i publicar en revistes internacionals amb peer review (The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research).

A més, s'han portat a terme contactes amb entitats i centres de recerca orientats a desenvolupar el sector del retail i la moda a Catalunya (Agrupació Tèxtil FAGEPI i Centre Tecnològic FITEX, d'Igualada).